RAPPORT D'ACTIVITÉS

I 2014

www.visitdijon.com

DIJON
OFFICE DE TOURISME

le mot du maire

Le bilan 2014 de l'office de tourisme, contenu dans ce rapport d'activités très complet, le prouve : la notoriété et l'attractivité de Dijon ne cessent de progresser. L'augmentation de la fréquentation française comme étrangère dans notre ville atteste de la justesse des choix cohérents que nous portons, depuis près de 15 ans.

Nous avons la conviction que la première chance de Dijon, c'est son cœur de ville historique, son exceptionnel secteur sauvegardé. C'est pourquoi nous avons décroché le label « ville d'art et d'histoire ». C'est pourquoi nous avons méthodiquement entrepris la rénovation et la valorisation de nos monuments et de nos espaces publics. Place de la Libération, rue Vauban, rue des Godrans, rue de la Liberté, places Darcy et République… Ces lieux ont été métamorphosés, pour le plus grand bonheur des habitants comme des touristes. Et que dire du palais des ducs et des États de Bourgogne, où notre somptueux musée des Beaux-Arts prend désormais ses aises tout autour de la cour de Bar, transfigurée par un architecte de renom. La seconde tranche de travaux débutera avant la fin 2015. Nous aurons, à l'horizon 2019, un musée digne de ses collections, de notre ville, de notre histoire.

Nous savons que la qualité de vie est un atout majeur pour une ville, au même titre que son accessibilité, ses grands équipements et sa programmation culturelle. Tramway, Lino, Zénith, piscine olympique, grand stade, centre d'art contemporain contribuent activement à la notoriété de notre ville. Les événements programmés dans nos salles de spectacle – Opéra, Zénith, Vapeur… - et au parc des congrès et des expositions – où l'édition 2015 de Florissimo, largement citée dans les médias nationaux, a attiré par exemple 185.000 visiteurs en 10 jours – sont des vecteurs forts d'attractivité.

Enfin nous sommes engagés aujourd'hui dans des projets visant à positionner Dijon comme une ville capitale en matière de gastronomie et de vins. L'inscription très attendue des climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'Unesco ou l'ouverture de la Cité internationale de la gastronomie et du vin, à l'horizon 2018, feront entrer Dijon dans la catégorie des destinations incontournables dans le monde. La presse internationale (le New York Times par exemple), les acteurs de l'hôtellerie et de la restauration, qui investissent fortement dans notre ville aujourd'hui, les grands acteurs de l'économie (à l'instar d'Eiffage) misent désormais sur Dijon. À nous de jouer le jeu avec eux, plus que jamais, et de concrétiser nos ambitions.

Alain MILLOT ❙ Maire de Dijon ❙ Président de la communauté urbaine du Grand Dijon

le mot du président

Dijon affiche une nouvelle fois en 2014 de bons résultats en matière de fréquentation touristique, traduisant ainsi le dynamisme et l'attractivité de notre ville, dans un contexte économique délicat.

La stratégie de promotion de l'Office de Tourisme de Dijon menée depuis plusieurs années porte ses fruits et place Dijon parmi les grandes agglomérations françaises et européennes touristiques. Les atouts de notre destination que sont le Patrimoine, la Culture, la Gastronomie, le Vin, sont tout au long de l'année mis en valeur pour séduire des touristes et rendre toujours plus attractive notre destination.

348 497 visiteurs ont été accueillis dans nos points d'accueil en 2014 ! Une fréquentation, cette année encore, en hausse par rapport à 2013 de 4%.

Désormais plus d'un visiteur sur trois dans nos points d'accueil est d'origine étrangère, signe du rayonnement international de notre destination. La clientèle internationale, majoritairement Européenne, provient également des Etats Unis et de l'Asie, qui constituent nos marchés prioritaires et sur lesquels l'Office de Tourisme mène des efforts de promotion et de communication particulièrement importants. Le nombre de visiteurs étrangers augmente de 14% en 2014.

Mais notre fréquentation reste marquée par une majorité de Français (65%), c'est pourquoi l'Office de Tourisme de Dijon poursuit ses efforts de communication sur notre territoire. Les visiteurs sont issus essentiellement de la Bourgogne et des régions limitrophes et sont en 2014 toujours plus nombreux à fréquenter nos accueils : les Bourguignons progressent de 11%, les Parisiens de 14% et les Rhône-Alpins de 17%. Le Tourisme de Proximité est aujourd'hui un axe de développement incontournable qui sera particulièrement travaillé en 2015, pour permettre aux Bourguignons ainsi qu'aux dijonnais de découvrir ou re-découvrir notre belle Cité des Ducs !

Une nuitée sur deux à Dijon est liée à un déplacement professionnel, ce qui préfigure un avenir prometteur dans le segment du Tourisme d'affaires. L'Office de Tourisme est un acteur identifié par les organisateurs de Séminaires et de Congrès, c'est pourquoi nous proposons un dispositif spécifique pour répondre aux demandes : pack de bienvenue, programme culturel et touristique, tenue de stands, ...

Stimulée par un développement hôtelier ambitieux, une politique culturelle active - citons par exemple la rénovation du Musée des Beaux Arts - ainsi que par la proximité de la Route des Grands Crus, Dijon a su devenir une destination urbaine de premier rang dans l'échiquier touristique mondial, que les grands projets à venir – Classement UNESCO et Cité Internationale de la Gastronomie - sauront conforter.

Vous trouverez dans ce rapport d'activités 2014 de l'Office de Tourisme de Dijon la synthèse d'une année intense et passionnante à œuvrer en faveur du Tourisme aux côtés de l'ensemble des professionnels du territoire, mais également quelques grands projets qui vont rythmer le Tourisme dijonnais 2015.

A tous, je souhaite une excellente année touristique !

Didier MARTIN ❙ Maire-Adjoint de Dijon ❙ Président de l'Office de Tourisme de Dijon

Qui sommes-nous ?

L'Office de Tourisme de Dijon fondé en 1905 est une Association de 109 ans. Mais pas une ride !

Ces années d'expérience sont au service de l'Accueil, de la promotion touristique de Dijon et ses environs dans les domaines du tourisme de loisirs et d'affaires, en France et à l'international.

Développer le Tourisme d'Agrément, le Tourisme de proximité et le Tourisme d'Affaire constituent nos principales missions. L'Office de Tourisme communique sur Dijon, le Grand Dijon et la Côte de Nuits. Un partenariat est établi entre les Offices de Tourisme de Dijon et ceux de la Côte de Nuits (Marsannay la Côte, Gevrey-Chambertin et Nuits Saint-Georges) pour une promotion commune alliant le tourisme urbain à l'oenotourisme.

L'accompagnement des acteurs du Tourisme de notre destination est également l'une de nos missions premières. Hébergeurs, restaurateurs, site culturels, prestataires touristiques, …. Sont autant d'adhérents de notre association bénéficiant de la promotion et de la communication réalisée par leur Office de Tourisme.

L'Office de Tourisme de Dijon en 2014

Office de Tourisme classé 4****,
Qualité Tourisme,
labellisé "Tourisme & Handicap",
"Vignobles & Découvertes"
et "Accueil vélo"

Une équipe de 29 personnes
et 36 guides

www.visitdijon.com,
408 152 visites,
2 100 278 pages vues.

1 341 763 nuitées
sur Dijon-Côte de Nuits

3 points d'accueil :
rue des Forges, cour de la Gare
et Puits de Moïse, ouverts 7j/7

348 500 visiteurs par an,
plus de 960 visiteurs par jour

36 guides interprètes
représentant 9 nationalités,
34 800 personnes guidées,
15 thèmes de visites
guidées pour découvrir Dijon

sommaire

- L'accueil ..... p 8
- Promotion ..... p 14
- Tourisme d'Agrément ..... p 16
- Stratégie Presse ..... p 22
- Relations Presse ..... p 23
- Les supports de communication ..... p 28
- Le site internet ..... p 29
- L'œnotourisme et la gastronomie ..... p 32
- Valorisation du Patrimoine ..... p 35
- L'Evénementiel ..... p 37
- Activité Commercial ..... p 39
- L'hôtellerie ..... p 42
- Les Grands Projets 2015 ..... p 46
- Finances ..... p 50
- L'équipe ..... p 52
- Le conseil d'administration ..... p 54
- Le bureau ..... p 55

L'ACCUEIL

Stratégie d'Accueil touristique

L'Accueil touristique est l'un des enjeux majeurs de l'Office de Tourisme de Dijon. Le visiteur qui se rend à Dijon doit y trouver tous les services nécessaires au bon déroulement de son séjour.
Véritable vitrine de l'offre culturelle et patrimoniale de Dijon, l'Office de Tourisme est la principale porte d'entrée des visiteurs.

L'implantation des trois points d'accueils touristique est stratégique :

- **rue des Forges**, dans le Palais des Etats et des Ducs de Bourgogne, au cœur du centre historique à quelques mètres du Musée des Beaux Arts de la ville et au pied de la Tour Philippe le Bon, exploitée par l'Office de Tourisme. Une situation idéale pour partir à la découverte du Patrimoine dijonnais !
- **en Gare** pour répondre aussi bien aux attentes touristiques qu'aux problématiques de transports en commun. C'est également le principal point de départ des circuits de découverte du Vignoble.
- au **Puits de Moïse**, dans l'enceinte de la Chartreuse de Champmol.

Les conseillers en séjours, multilingues, sont formés tout au long de l'année à l'offre touristique afin d'apporter toutes les réponses aux interrogations de nos visiteurs.

Mais tous les visiteurs ne passent pas par l'Office de Tourisme, et pour s'assurer qu'ils disposent de la bonne information au bon endroit, nous développons depuis 2010 « l'accueil décentralisé auprès des professionnels ».

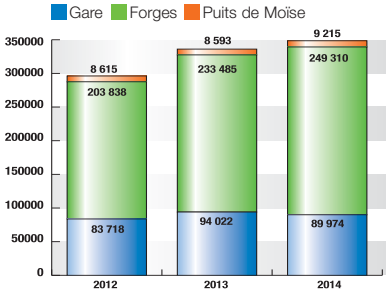
L'objectif est de permettre à tous de connaître les incontournables touristiques dijonnais de l'année, notamment les agents de réception des hôtels, les propriétaires de chambres d'hôtes et meublés de tourisme, les chauffeurs de taxis, mais plus globalement à tous les acteurs de Dijon susceptibles d'être en contact avec les touristes (commerçants du centre ville, Police Municipale, partenaires…) Des sessions de formation-information sont organisées à l'initiative de l'Office de Tourisme avant la saison.
Un livret des « incontournables touristiques » leur est remis à cette occasion.

Trois points d'accueil, trois lieux stratégiques :

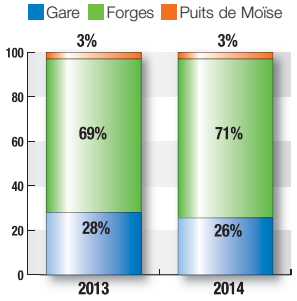
- Rue des Forges, dans le Palais Ducal en cœur de ville
- Cour de la Gare, à l'arrivée en gare
- Puits de Moïse, site patrimonial incontournable

FRÉQUENTATION ACCUEIL (résultats 2014)

Evolution du nombre de visiteurs



Répartition des visiteurs



348 499 visiteurs, toutes nationalités confondues, ont été accueillis dans les 3 points d'accueil de l'Office de Tourisme de Dijon, soit une augmentation de 4% par rapport à 2013.

Grace à un hiver court et un printemps doux et ensoleillé, l'Office de Tourisme de Dijon a non seulement atteint (dès octobre) mais surtout de nouveau largement dépassé les **300 000 visiteurs** en 2014. Dans ce contexte, Il est également à noter que durant la période estivale les mauvaises conditions climatiques ont incité les touristes en villégiature dans la région à découvrir, voire redécouvrir les richesses gastronomiques et patrimoniales de la Capitale de la Bourgogne.

La destination Dijon - Côte de Nuits s'affirme un peu plus en tant que destination patrimoniale, culturelle, gastronomique et oenotouristique de premier plan !

Avec 249 310 visiteurs accueillis en 2014, la fréquentation de l'accueil Forges, représente à elle seule 71% de la fréquentation totale de l'Office de Tourisme de Dijon.
Nombreux sont les visiteurs qui franchissent les portes de ce point d'accueil situé, en cœur de ville, dans le Palais des Ducs et des Etats de Bourgogne :

- moyenne quotidienne annuelle : 960 visiteurs
- pic de fréquentation en saison (avril-septembre) : 1 365 personnes par jour, avec des pointes de l'ordre de 2 000/2 500 personnes par jour)

Le point d'accueil Gare, quant à lui, a enregistré une petite baisse de fréquentation de l'ordre de -4 % et représente ainsi 26% de la fréquentation totale.

9 215 visiteurs ont fréquenté le Puits de Moïse en 2014, soit une augmentation de 7% pour le troisième point d'accueil de l'Office de Tourisme depuis 2010.
A noter, ne sont pas comptabilisés dans ces chiffres :

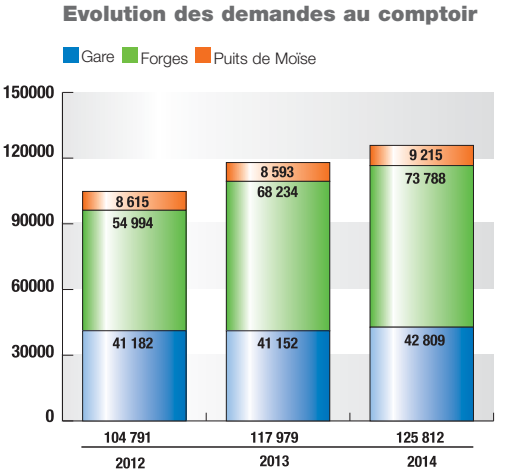
- les visiteurs lors des Journées Européennes du Patrimoine soit 1 064 personnes.
- les participants aux visites guidées individuelles organisées toute l'année soit 1 201 personnes, comptabilisées dans les visiteurs ayant suivi une visite guidée de l'Office de Tourisme.

C'est donc un total de **11 480** personnes qui ont visité le Puits de Moïse au 31 décembre 2014 !

LES DEMANDES AU COMPTOIR

■ Aux points d'accueil Forges et Gare, les demandes au comptoir connaissent une augmentation notable de l'ordre de 7% soit **116 597** demandes enregistrées par une équipe de 10 conseillers en séjour (bilingues et trilingues).

Cette augmentation est essentiellement ressentie à Forges (**+ 8%**) et s'explique notamment par le succès de la Tour Philippe le Bon, exploitée par l'Office de Tourisme de Dijon depuis début 2013.



Exploitation de la Tour Philippe le Bon

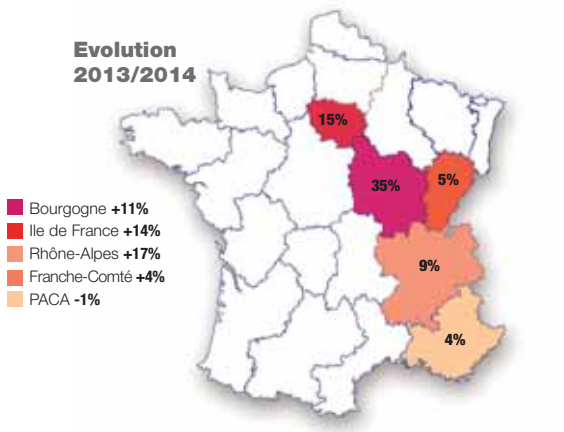
■ Depuis 2013, la Ville de Dijon a confié à l'Office de Tourisme l'exploitation de la Tour Philippe le Bon.
Les résultats sont fort probants avec **23 775** visiteurs accueillis en 2014, soit une augmentation de l'ordre de **10 %** par rapport à l'exercice précédent et ce, dans un contexte où la Tour est fermée un jour par semaine (le lundi).

LA RÉPARTITION DES CLIENTÈLES

■ **65%** de demandes françaises et **35%** de demandes étrangères.

2014 se caractérise par une **hausse des demandes étrangères (+ 14%) et des demandes françaises (+ 3%)** avec la prépondérance bien sûr des Bourguignons mais surtout des régions limitrophes (Île-de-France, Rhône-Alpes, Franche-Comté et PACA).

Un tourisme de proximité bien caractéristique en période de crise financière et économique.



■ En 2014, les 5 premières nationalités présentes sur Dijon sont : les Allemands, les Britanniques, les Américains, les Asiatiques, et les Suisses.
Ce palmarès se caractérise par une belle augmentation de la Suisse (+40%), de l'Allemagne (+23%) et un retour des Etats Unis (+ 12%) au coude à coude avec les Pays Asiatiques.

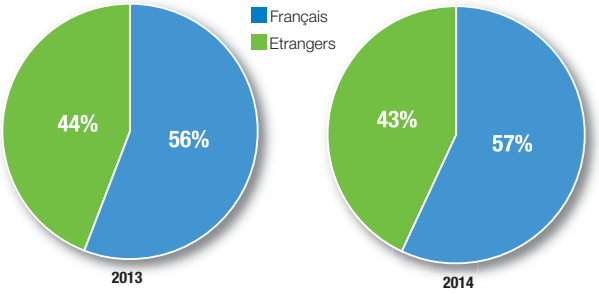
ZOOM SUR LE PUITS DE MOÏSE

■ 5 ans après le début de l'exploitation du Puits de Moïse, l'Office de Tourisme de Dijon fait le bilan. La mise en tourisme de ce site remarquable entre pas à pas dans les incontournables touristiques de Dijon, particulièrement apprécié des publics germanophones. Un travail important de mise en valeur du site a été réalisé ces dernières années : une boucle additive du Parcours de la Chouette pour drainer les visiteurs du centre ville jusqu'au Puits de Moïse, une promotion accrue, une signalétique efficace… Tous ces éléments contribuent aujourd'hui au succès de ce site.

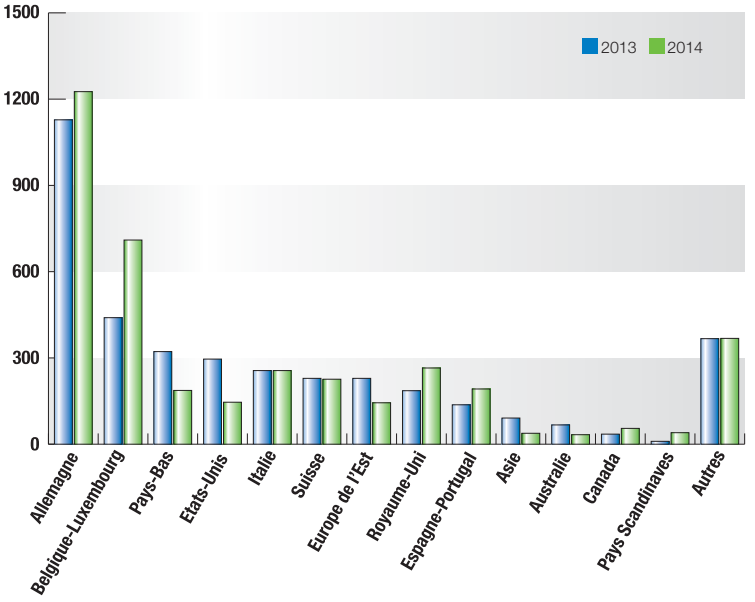
Top 3 des visiteurs français :

1. **Bourgogne**
2. **Ile de France**
3. **Rhône Alpes**

Répartition des visiteurs



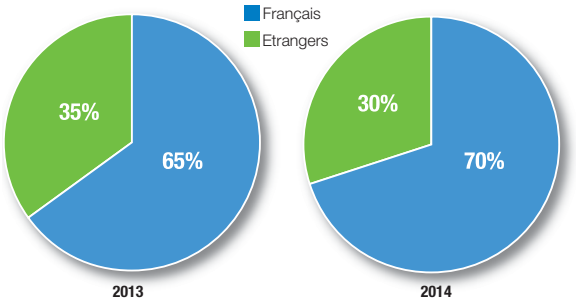
Origine des visiteurs étrangers



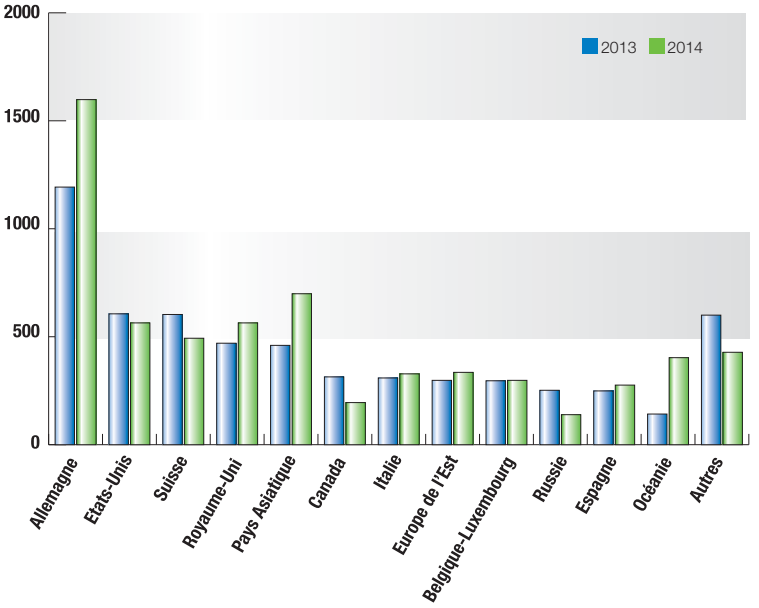
ZOOM SUR LA TOUR PHILIPPE LE BON

La montée sur la Terrasse de la Tour Philippe le Bon est l'un des produits phares de l'Office de Tourisme de Dijon. La vue panoramique qu'offre ce point de vue est particulièrement appréciée des visiteurs qui gravissent toujours plus nombreux les 316 marches !

Répartition des visiteurs



Origine des visiteurs étrangers



LA DÉMARCHE QUALITÉ

RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME

■ Dans le but d'harmoniser une même démarche Qualité engagée par les Offices de Tourisme en Bourgogne, une nouvelle orientation a été prise avec l'abandon de la certification NF Service et la poursuite de la démarche Qualité dans le cadre de « Qualité Tourisme », initiée par la FROTSI pour toute la Bourgogne.

Lors de l'audit Qualité Tourisme intervenu sur deux jours à la mi-juillet, les deux points d'accueil Forges et Gare ainsi que l'antenne du Puits de Moïse ont été audités. Deux nouveaux champs d'application « Production/Commercialisation » et « Activités événementielles » ont également été pris en compte. Ils viennent s'ajouter aux autres champs précédemment audités, à savoir l'accueil-information, les éditions, la promotion, la boutique et les ressources humaines. A l'issue de cet audit portant sur l'ensemble des services, l'Office de Tourisme de Dijon a obtenu le renouvellement de la marque Qualité Tourisme pour une durée de 3 ans.

TOURISME ET HANDICAP

■ L'année 2014 s'inscrit dans la continuité de 2013 avec une poursuite des actions mises en place dans le cadre de ce label Tourisme et Handicap décerné aux 2 points d'accueil de l'Office (Forges et Gare) : supports en braille, vidéo en langue des signes… A noter : la tenue d'un concert transcrit en langue des signes dans le cadre du festival Garçon la note !

AUTRES MODES DE RENSEIGNEMENTS

TELEPHONE, FAX, COURRIER, E-MAIL

■ Contrairement à 2013, les demandes par fax, courrier et téléphone sont en baisse en 2014.
Les e-mails présentent une belle progression de 33% par rapport à 2013. 77% des demandes par e-mail proviennent du marché français, un marché qui domine également les demandes par téléphone, par courrier et fax.

Promotion

Le Tourisme d'Agrément

Avec 48% des nuitées liées au tourisme de Loisirs en 2014, Dijon confirme sa bonne place parmi les grandes agglomérations de week-end et de courts séjours. Les événements culturels de cette année confortent le lissage de notre fréquentation touristique tout au long de l'année. La saison touristique s'étend ainsi de fin mars à fin octobre.

La position centrale de la ville en fait, outre la destination qu'elle est déjà, une étape de choix pour les clientèles du nord de l'Europe se rendant au sud. Sur la route des vacances, les touristes n'hésitent plus à faire escale à Dijon !

La stratégie de promotion de l'Office vise le développement du tourisme de Loisirs et de proximité, ainsi que le développement du Tourisme d'Affaires en France et à l'étranger.
Nos marchés identifiés comme prioritaires sont :

- **la France**
- **les marchés de proximité européens : l'Angleterre, l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse**
- **les longs courriers : USA, Asie - Japon Corée, Chine et Inde.**

Les autres marchés tels que la Belgique, l'Espagne, l'Italie, … sont travaillés dans le cadre d'actions de promotion menées en collaboration avec les autres grandes villes françaises au sein des Clusters Atout France : Cluster Œnotourisme, Cluster Tourisme en Ville, Cluster Tourisme d'Affaires, ainsi qu'avec Rail Europe et Bourgogne Tourisme.

Nos actions sur ces marchés sont orientées à destination :

- **du grand public via les campagnes de communication menées conjointement avec Atout France**
- **des professionnels du tourisme via une participation de l'Office aux principaux salons et workshops, ainsi que l'accueil de nombreux éductours pour les Tours Opérateurs et Agents de Voyages**
- **de la presse**

Le Tourisme d'Affaires

52 % des nuitées sont liées au Tourisme d'Affaires sur Dijon. Ce segment est l'un des enjeux à venir de notre destination, et nul doute que les grands projets en cours tels que la Cité Internationale de la Gastronomie et l'inscription de notre ville au Patrimoine Mondial contribueront à son essor.
Attirer les grands congrès et les évènements d'entreprises constitue l'une des missions prospectives de l'Office de Tourisme.

Notre association est régulièrement contactée par des organisateurs d'évènements pour les accompagner dans la mise en place de leur manifestation sur notre ville. Un dispositif complet est à la disposition des organisateurs. Il s'articule autour de trois axes : faciliter l'accès et le déplacement des visiteurs, réserver un accueil chaleureux aux congressistes et faciliter la consommation de la ville.

Ainsi, nos outils, nos supports tels que notre Centrale de Réservations Hôtelières, notre documentation touristique, ou encore la réalisation de programmes accompagnants pour les congressistes sont bien souvent mis à disposition.

En 2014, l'Office de Tourisme a été à nouveau sollicité par les organisateurs de congrès et d'évènements d'entreprises. La promotion réalisée par l'Office de Tourisme auprès de ce segment, notre expertise de la destination et la qualité de l'accueil réservée aux congressistes font de Dijon une destination de choix.

L'Office a réalisé des programmes touristiques "accompagnants" pour les évènements suivants :

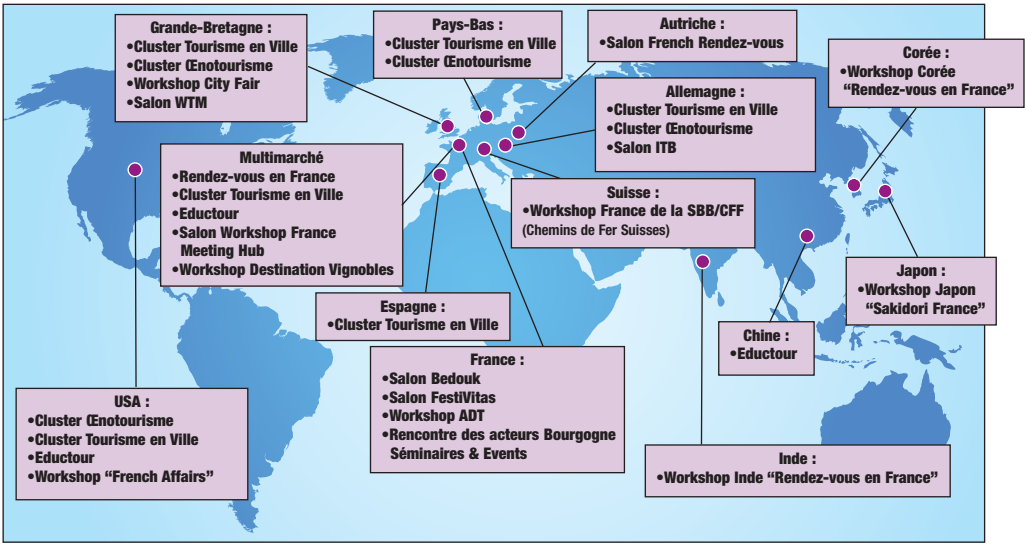
- **Congrès IMMUNINV 2014 - 13 mai 2014**
- **8e colloque francophone sur les sondages- Institut de Mathématiques de Bourgogne -19 novembre**
- **Norba Menuiseries SAS/ ½ journée dans le vignoble - 14 juin**
- **Congrès FRAME - 20 novembre**

Tourisme d'Agrément

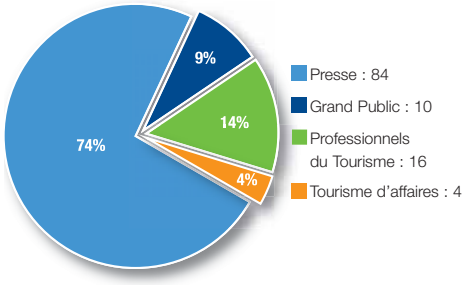
En 2014, l'Office de Tourisme de Dijon a réalisé 31 actions de promotion, menées aussi bien sur le marché national, qu'européen et international.

Ces salons et « Workshops » auxquels participe l'Office de Tourisme de Dijon, seul ou accompagné de ses partenaires (Atout France ou Bourgogne Tourisme), sont un moyen efficace et incontournable de rencontrer les différents professionnels du tourisme, de mettre en avant les différents atouts de Dijon et de la Côte de Nuits et de positionner la destination comme destination touristique de Loisirs mais également d'Affaires.

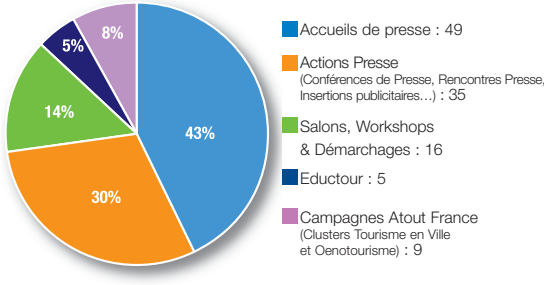
C'est aussi l'occasion pour l'Office de Tourisme de renforcer ses contacts existants avec les voyagistes, d'en établir de nouveaux et ce, dans le but d'accroître le référencement de la destination.



Répartition des actions de promotion par cible de clientèles



Répartition des actions de promotion



LES ACTIONS PAR MARCHÉ

Marchés européens

France

1/ Salon Bedouk - 5-6 février 2014

Lieu ❙ Paris • **Cible** ❙ Tourisme d'Affaires • **Contacts** ❙ 24

2/ Salon FestiVitas - 7-9 février 2014

Lieu ❙ Mulhouse • **Cible** ❙ Grand Public - Voyages, vins, Gastronomie

3/ Workshop ADT - 23 mai 2014

Lieu ❙ Grand Hôtel La Cloche • **Cible** ❙ Tourisme d'Affaires • **Contacts** ❙ 11

4/ Rencontre des acteurs Bourgogne Séminaires & Events - 5 juin 2014

Lieu ❙ Château de Saulon • **Cible** ❙ Tourisme d'Affaires • **Contacts** ❙ 60 membres du groupement Bourgogne Séminaires + Bourgogne Tourisme - 16 entreprises bourguignonnes

Allemagne

1/ Cluster Tourisme en Ville

Publi-rédactionnels dans « Die Welt » ❙ du 22 février au 29 mars 2014

Objectif ❙ Augmenter la notoriété des villes sur le marché allemand auprès d'une large audience

Support ❙ Cahier tourisme du quotidien Die Welt

Diffusion ❙ 650 328 exemplaires vendus avec une portée d'environ 2 millions de lecteurs.

Format ❙ 8 pages de publi-rédactionnels répartis sur 2 mois (1 par semaine) avec mise en avant des villes du Cluster, des grands sites culturels et deux encarts tour-opérateurs pour un call to action.

2/ Cluster Œnotourisme

Campagne web et presse Internet

Lancement de la campagne début février 2014 avec un 1er temps fort avant la saison

Cible ❙ • Grand public, sur la base de la segmentation suivante : CSP+ ; DINKS; plus de 45 ans ; amateurs de courts séjours ; amateurs de vins ; femmes prescriptrices de vacances et de séjours
• Blogueurs

Actions ❙ Participation à la campagne France « Mein Urlaub ist Frankreich ! » avec 1 partie web et print

Insertions et publireportage

• Insertions de publirédactionels dans le Wandermagazin (4 X 2 pages – 50 000 ex.).
(Positionnement: nature, découvertes, randonnées, court-séjour)

• Supplément de 12 pages « oenotourisme » dans le magazine « Elle ». Positionnement : presse féminine, mode, société, travaille, psychologie, Cibles : femmes actives, CSP+ Diffusion à 125 000 ex)

• Deux parutions d'une page dans un combiné WELT + WELT am Sonntag, (650.328 ex).

3/ Salon ITB - 5-7 mars 2014

Lieu ❙ Berlin • **Cible** ❙ Professionnels • **Contacts** ❙ 38

Autriche

1/ Salon French Rendez-vous - 12-13 mai 2014

Lieu | Vienne • **Cible** | Professionnels • **Contacts** | 33

Grande-Bretagne

1/ Cluster Tourisme en Ville

Participation à la campagne « What's your Tour de France » - de mars à juin 2014

Objectifs | Mettre en avant la notion de souvenirs rattachés à une itinérance au sein des villes françaises
Communiquer sur les expériences et émotions à vivre dans les villes

Concept | Jouer sur l'expression *« what's your tour de France ? »* en incitant les Britanniques à réfléchir sur le type de séjour qu'ils souhaiteraient réaliser

Cible | Grand public et presse

Format | 5 concepts créatifs présentant les 24 villes via des itinéraires thématiques

Plan media | 8 semaines d'affichages dans le métro (3 panneaux géants plate-forme et 6 panneaux couloirs, 7 panneaux couloirs et 85 panneaux rames par façade)
3 rédactionnels de 1 page dans le magazine « Traveller in France » (avril)
Plan media en ligne renforcé : 40 % du budget
Bannières, ciblage comportemental et contextuel, référencement « Google »
Développement de contenus sur le site « www.gotofrancenow.com »
Application Smartphone
Relais sur les réseaux sociaux : « Facebook », « Twitter », « Pinterest »
Articles dans la e-newsletter (200 000 contacts)

2/ Cluster Œnotourisme

Campagne web, presse et affichage « What's your Tour de France »

Objectif | Engager l'audience avec une interface interactive forte où les visiteurs peuvent créer leur propre tour de France

Cible | Grand public, sur la base de la segmentation suivante : seniors ; familles ; CSP+ ; amateurs de vins
Blogueurs

Plan media | Publicité, affichage métro, bannières online, site de campagne
Développement d'une section vignoble sur uk.rendezvousenfrance.com
Présence sur les médias sociaux : Twitter, Facebook, Pinterest

Insertion et publireportage

Insertion œnotourisme prévue dans le magazine Rendez-vous en France
Réalisation d'un supplément oenotourisme dans le Sunday Telegraph

3/ Workshop Cityfair - 16 juin 2014

Lieu | Londres • **Cible** | Professionnels • **Contacts** | 26

4/ Salon WTM - 3-6 novembre 2014

Lieu | Londres • **Cible** | Professionnels • **Contacts** | 60

Suisse

Workshop France de la SBB/CFF (Chemins de Fer Suisses)
18 juin 2014
Lieu | Berne • **Cible** | Professionnels de la SBB • **Contacts** | 50

Multi-marchés

1/ Rendez-vous en France - 1er et 2 avril 2014

Lieu | Clermont-Ferrand • **Cible** | Professionnels du tourisme du monde entier • **Contacts** | 41

2/ Cluster Tourisme en Ville

Application tablette IOS et Android présentant les différentes villes du Cluster développée en anglais et traduite en japonais, brésilien et coréen.

Cible | Professionnels

3/ Eductour avec Atout France et Bourgogne Tourisme

27 et-28 mars 2014
PreTour Rendez-vous en France
Cible | groupes + FIT
Pax | 14 (*Etats-Unis 4 + Japon*4 + Brésil*4 + Australie*1+ Nouvelle-Zélande*1)

4/ Salon Workshop France Meeting Hub - 24-26 septembre 2014

Lieu | Nantes • **Cible** | Tourisme d'Affaires • **Contacts** | 23

5/ Eductour avec Atout France et Bourgogne Tourisme

10-11 octobre 2014
PreTour Destination Vignobles
Cible | groupes + FIT • **Pax** | 13 pax

4/ Workshop Destination Vignobles - 14-15 octobre 2014

Lieu | Lyon • **Cible** | Professionnels étrangers du tourisme – TO, AGV • **Contacts** | 23

Espagne

1/ Cluster Tourisme en Ville

Rendez-vous en France magazine et version mobile ❙ Janvier 2014

Objectif ❙ Promouvoir les séjours en villes, en donnant des bons plans

Cible ❙ CSP+, familles

Descriptif ❙ Dossier de 8 pages de rédactionnel et couverture du magazine « Rendez-vous en France » sur le thème « La France en fête »

Format ❙ Version papier : format 230 mm x 300 mm haut
Version mobile : application web mobile qui comprend le contenu de la revue et des informations complémentaires pratiques et commerciales

Parution ❙ Début 2014

Tirage ❙ 90 000 exemplaires

Diffusion ❙ 15 000 exemplaires en kiosques aéroports encartés avec les magazines Psychologies et Interiores
65 000 exemplaires en kiosques encartés avec les magazines Traveller et Historia
10 000 exemplaires distribués dans les bureaux Atout France et lors des événements organisés par Atout France

Marchés lointains

Etats-Unis

1/ Cluster œnotourisme

Campagne « French Vineyards Experience Awards»

Cible ❙
- Grand public, sur la base de la segmentation suivante : CSP+ ; urbains de la Côte Est ; consommateurs de vols long courriers ; francophiles et repeaters
- Blogueurs : tourisme, art de vivre, vin
- Tour-opérateurs

Insertions ❙ Insertions reprenant le thème de la campagne dans le New York Times magazine (1 X 2 pages - 1 250 077 ex.). (Action complémentaire en partenariat avec FranceAgriMer).

Accueil presse ❙ Organisation d'un voyage de presse pour un bloggeur en mai 2014 devant faire partager son expérience du vignoble - Office de Tourisme de Dijon destinataire d'un prix remis lors du Salon French Affairs dans le cadre de l'élection des meilleures expériences vignoble via une plateforme web spécifique sur le site us.rendezvousenfrance.com

2/ Cluster Tourisme en Ville

Accueil presse ❙ Organisation d'un voyage de presse pour 4 bloggeurs + 1 accompagnatrice Atout France en juin 2014 pour la campagne de promotion en partenariat avec le Sony Club

Etats-Unis

3/ Eductour - 19 et 20 février 2014

Cible | FIT • **Client** | Rail Europe • **Pax** | 12

4/ Workshop "French Affairs" - 18-20 octobre 2014

Lieu | Las Vegas • **Cible** | professionnels du tourisme et presse – TO, AGV • **Contacts** | 22

Chine

1/ Eductour avec Atout France et Bourgogne Tourisme

21 et 22 février 2014

Cible | groupes + FIT • **Pax** | 14 pax (dont 1 accompagnant Atout France en Chine)

2/ Eductour avec Atout France Cluster Tourisme en Ville

16-17 septembre 2014

Cible | groupes + FIT

Pax | 12 pax (dont 1 accompagnant Atout France en Chine 1 accompagnant AF-KLM)

Japon

Workshop Japon "Sakidori France" - 30 juin – 04 juillet 2014

Lieu | Osaka - Tokyo • **Cible** | professionnels du tourisme et presse – TO, AGV • **Contacts** | 41

Inde

Workshop Inde "Rendez-vous en France" - 8-12 septembre 2014

Lieu | New Delhi- Bombay • **Cible** | professionnels du tourisme et presse – TO, AGV • **Contacts** | 120

Corée

Workshop Corée "Rendez-vous en France"

29 septembre - 2 octobre 2014

Lieu | Séoul • **Cible** | professionnels du tourisme et presse – TO, AGV • **Contacts** | 28

Stratégie Presse

L'Office de Tourisme de Dijon à la conquête des marchés proches et lointains…

■ Les médias, un des meilleurs leviers pour l'image de notre destination et pour renforcer la promotion à l'extérieur du territoire. Tous les moyens sont mis en œuvre pour que les journalistes trouvent matière à relayer les richesses de notre destination, la nouvelle image de la ville :

- **Une séduction par les papilles avec notre gastronomie**
- **Un enchantement pour les yeux à travers notre patrimoine**
- **Une découverte des plus grands vignobles de Bourgogne**
- **Du confort, de la qualité de vie pour nos visiteurs avec les transports doux, la revalorisation des parcs et jardins, la piétonisation du centre ville…**

En collaboration avec les professionnels dijonnais, l'Office de Tourisme de Dijon valorise l'offre touristique dijonnaise de loisirs et d'affaires auprès des médias prescripteurs de la destination Dijon-Côte de Nuits.

Relations Presse

En 2014, l'Office de Tourisme a reçu près d'une centaine de journalistes, réalisant ainsi la promotion de la destination Dijon - Côte de Nuits tant sur le marché français que sur le marché étranger seul ou en partenariat avec Atout France, Côte d'Or Tourisme, Bourgogne Tourisme: Allemagne, Belgique, Grande Bretagne, Pays-Bas, Suisse, Etats-Unis, Canada, Japon, Chine, Australie, Thailande, Corée, Inde…. Presse écrite de magazines, journaux, guides touristiques, tournages de reportages TV… nombreux supports différents ont mis à l'honneur les atouts touristiques de notre ville. Sans oublier les actions de marketing Internet qui ont aussi été réalisées : campagnes de communication thématiques sur l'œnotourisme ou le tourisme urbain, envoi d'e-newsletters…

CLIN D'OEIL SUR LA PRESSE 2014 !

Retrouvez dans cette rubrique un aperçu de l'actualité des actions de l'Office de Tourisme de Dijon en France et à l'étranger :

FRANCE

- **France 3** national avec « La case de l'Oncle Doc » - 27 mars 2014
- Le site de voyage **« Expedia Tourisme »** - 19 juin 2014
- Cuisine+ pour l'émission de la **chaîne du groupe Canal +** - 8 juillet 2014
- **USUHÏA TV** venu à Dijon tourner pour l'émission « Bougez vert » à Dijon et partenaire du **Festival Ecrans de l'Aventure avec l'Office de Tourisme de Dijon**…
  9 et 10 octobre 2014

A L'INTERNATIONAL

Etats Unis

Les américains constituent notre troisième clientèle touristique à Dijon. Amoureux du Patrimoine mais également des grands vins de Bourgogne, ils apprécient particulièrement de flâner dans les rues dijonnaises ou dans les chemins de vignes de la Côte vineuse.

Presse : L'Office de Tourisme soucieux d'attirer toujours plus de visiteurs outre-Atlantique à Dijon a reçu cette année entre autre, deux **voyages de presse dédié aux blogueurs.**

• Le 1er accueil avec une bloggeuse devant faire **partager son expérience du vignoble** pour lequel l'Office de Tourisme de Dijon a été destinataire d'un prix remis lors du Salon French Affairs (USA) dans le cadre de l'élection des meilleures expériences vignoble via une plateforme web spécifique sur le site us.rendezvousenfrance.com

• Le 2ème accueil fut une équipe de cinq journalistes/bloggeurs Newyorkais, devant faire partager leur expérience **« Suivez nos ambassadeurs de voyage à travers quelques-unes des premières villes françaises à explorer les meilleurs trésors urbains en France »**... émerveillés par la beauté et les richesses de notre destination ! Ils ont poursuivi leur route en France par Reims, Poitier et le Havre…

Sans oublier nos amis du **Canada** venu 2 fois cette année par le biais du « **Journal du Québec** » et du « **Journal de Montréal** »

Japon

C'est une télévision japonaise « **BS Nihon TV** » que nous avons reçue à Dijon. Une chaîne spécialisée sur les voyages qui, nous l'espérons, donnera envie aux japonais de venir jusqu'à nous. Ainsi que des journalistes Japonais venus spécialement participer au Fantastic Picnic à Dijon !

Une actualité promotionnelle importante menée par l'Office de Tourisme de Dijon qui devrait contribuer à une fréquentation tout aussi significative !

49 ACCUEILS DE PRESSE - 101 JOURNALISTES - 83 SUPPORTS

Actions presse (communiqués de presse) : 18

- Tour Philippe le Bon - janvier
- Label Tourisme & Handicap - janvier
- Idées Sorties pour les vacances d'hiver - février
- Salon ITB Berlin-Allemagne - mars
- Les journées nationales Tourisme & Handicap - avril
- Balades en Segway - avril
- Assemblée Générale de l'Office de Tourisme de Dijon - mai
- Tour Philippe le Bon nocturne (la nuit des musées) - mai
- Jouons de nos différences - mai
- Tour Philippe le Bon nocturne - juin
- Lancement « Garçon la note 2014 » - juin
- « Garçon la note » au SEMEIA Bar - juillet
- Le Puits de Moïse sur le parcours du Vélotour 2014 - août
- Journées du Patrimoine - septembre
- Fantastic PicNic - septembre
- Visite guidée - Sur les pas de Jean-Philippe Rameau - septembre
- Bilan Garçon la note 2014 - octobre
- Invitation Presse Lancement du film « Dijon vue du ciel » - Octobre

Marchés Européens

France

Insertions publicitaires

- **Mag 8 - Zénith Dijon** - mars à août
- **Idées WE en Bourgogne** - juin à septembre
- **Le Nouvel Observateur** - mars
- **Miroir Mag** - mars
- **L'Express Spécial Dijon** - mars
- **Côte d'Or j'Adore** - 2014-2015
- **Œno Music Festival** - juillet
- **Dijon L'Hebdo** - Dijon l'Eté
- **BP « Quartier Libre »** 8 parutions - juillet-Août
- **Maison Côté Est** - septembre
- **Bing Bang Magazine** - été 2014
- **Arts & Gastronomie** - été 2014
- **Miroir Mag** - Décembre 2014

Presse | **20 accueils de presse**

Allemagne

Insertions publicitaires

- **Frankreich Erleben** - avril-mai-juin

Presse | **3 accueils de presse**

Grande Bretagne

Presse | **4 accueils de presse**

Suisse

Presse | **2 accueils de presse**

Belgique

Presse | **1 accueil de presse**

Espagne

Presse | **1 accueil de presse**

Multi-marchés

Insertions publicitaires

- **Rail Europe Connexion** - 2014 | **France Today** - Mai-Juin-Juillet

Presse | **1 accueil de presse**

Marchés Lointains

Etats-Unis

■ **Presse** | **4 accueils de presse**

Chine

■ **Presse** | **1 accueil de presse**

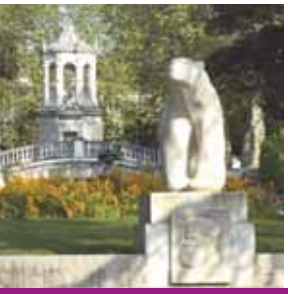
Japon

■ **Presse** | **3 accueils de presse**

Australie

■ **Insertions publicitaires**

| **Rendez-vous en France - Atout France** - juin 2014 à juin 2015



Les supports de communication

Les éditions

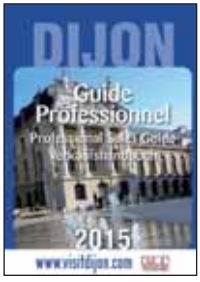
En 2014, l'Office de Tourisme de Dijon a reconduit l'ensemble de ses éditions destinées au grand public. Distribuées dans les trois points d'accueil (rue des Forges, Cour de la Gare et le Puits de Moïse), elles sont également envoyées aux visiteurs pour la préparation de leur séjour : **Plan & Accès 2014, Guide des Hébergements 2014, Guide des Restaurants 2014, Visites Guidées 2014 (FR & GB & D), Que faire à Dijon ? (FR & GB & D), Blocs plans sous-mains, Flyer Tour Philippe le Bon, Flyer Puits de Moïse**.

La plupart d'entre elles sont d'ailleurs téléchargeables sur www.visitdijon.com.

Ces éditions sont bien entendu également à disposition de nos partenaires locaux sur simple demande. Un système de livraison de ces documents est en place pour les établissements qui en font la demande.

Nouveautés 2014

- Flyers Application Parcours de la Chouette pour Smartphones et tablettes.

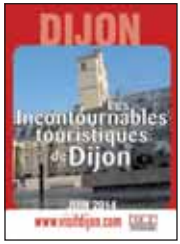


Les éditions à destination des professionnels du tourisme sont également renouvelées, et plus particulièrement diffusées lors des différents salons et « workshops » auxquels l'Office de Tourisme de Dijon participe :

- le Guide Séminaires et Congrès 2014 pour le segment Affaires
- le Guide Professionnel 2015 pour le segment Loisir.

Ces documents « techniques » sont la base du travail de promotion réalisé par l'Office de Tourisme en France et à l'international tout au long de l'année.

Véritable mode d'emploi touristique de Dijon à destination des hôteliers, des chauffeurs de taxis et des commerçants, les Incontournables Touristiques de Dijon ont été à nouveau édités à 400 exemplaires en 2014.



Le site internet
WWW.VISITDIJON.COM

Un site tout neuf !

■ 2014 a vu naitre une 6ème version du site Internet … Tenant compte des avis émis par les visiteurs et les conseillers en séjour, l'Office de Tourisme de Dijon a proposé un site plus clair, lisible et facile d'accès à tous et sur tous supports numériques.

Fort en photos et illustrations diverses, il met en avant les événements de l'Office de Tourisme et de ses partenaires.

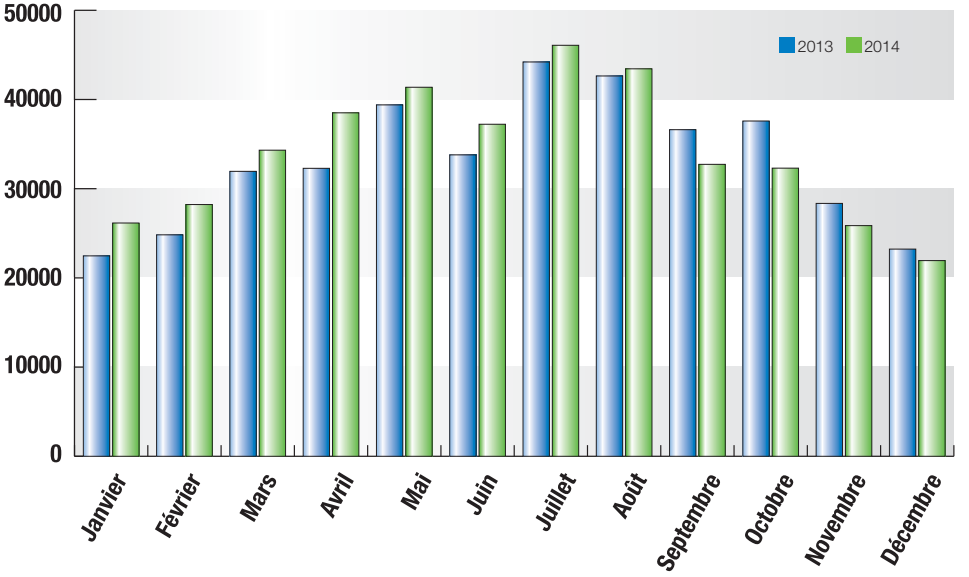
Un espace presse propose désormais les communiqués et dossiers de presse, des médias et l'accès direct à notre contact presse privilégié.

L'OUTIL DE STATISTIQUES

■ Suite à l'arrêt du contrat groupe de Xiti par Atout France, une autre solution de comptage d'accès au site Internet a été déployée en milieu d'année.
Le choix s'est porté sur Google Analytics qui est la référence des outils d'analyse de trafic web et de plus entièrement gratuit.
Néanmoins, chaque outil d'analyse a ses propres méthodes de comptage (par marqueur, par journal de connexion, etc.). Certains outils peuvent comptabiliser, par exemple, le même visiteur plusieurs fois et les chiffres diffèrent donc sensiblement d'un outil à l'autre. Ceci explique en partie la baisse des visites constatée en fin d'année.
Le changement intégral de structure du site Internet a aussi provoqué une chute des visites, le temps que les moteurs de recherche (principale source d'accès) « réapprennent » le site de l'Office de Tourisme de Dijon.

C'est tout de même une belle année 2014 pour le www.visitdijon.com avec **408 152** visiteurs (+ 3%). Le nombre de pages vues a lui aussi augmenté de 2%. La légère baisse du nombre de pages vues par visite en 2014 (5,1 contre 5,2 en 2013) tend à démontrer que le travail de référencement et d'amélioration de la navigation a porté ses fruits : les internautes, plus nombreux trouvent plus rapidement l'information dont ils ont besoin.

Evolution des visites sur www.visitdijon.com



SOURCES D'ACCÈS AU SITE

■ Avec une augmentation de 14,8%, les visites générées par les moteurs de recherche ont représenté cette année 79% des visites globales.
L'apport des visites par accès direct et des webmails sont en baisse respectivement de - 47,8% et -82,3%.
Les sites affluents sont ceux qui proposent un lien vers le site internet de l'Office de Tourisme de Dijon. Parmi eux, on retrouve les sites des institutions régionales (Ville de Dijon, Grand Dijon, Région Bourgogne, Département Côte d'Or …), les institutionnels du tourisme (European Cities Marketing, Atout France, CRT Bourgogne, CDT Côte d'Or, …), nos partenaires (hôtels, TO, sites touristiques, …) et de nombreux sites plus généralistes de type Wikipédia.

L'apport des sites affluents est cette année encore en augmentation (+ 15,9%).
A noter en 2014 : l'apport des visites par les Réseaux Sociaux (TripAdvisor 49%, Facebook 36%).

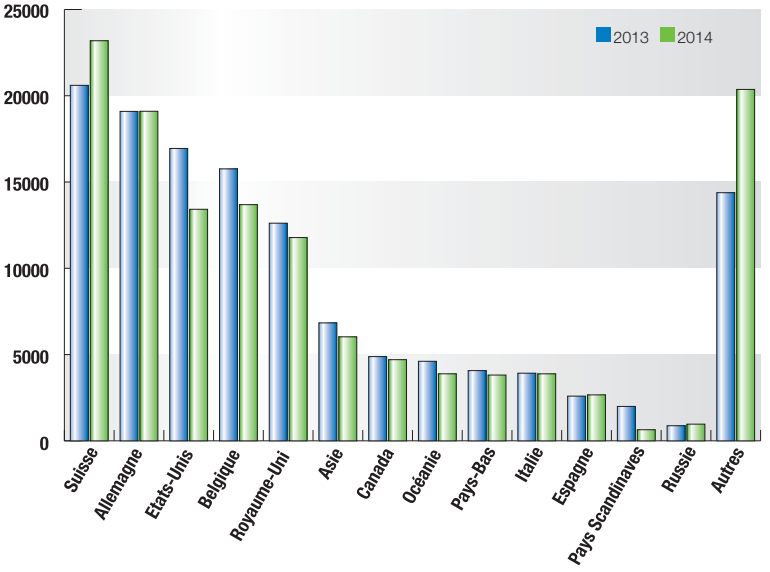
Sources d'accès au site www.visitdijon.com

	2013	2014	Evolution 13/14
■ **Moteurs**	282 585	324 404	**+14.8%**
■ **Accès Direct**	81 541	42 567	**-47.8%**
■ **Sites Affluents**	32 679	37 878	**+15,9%**
■ **Emails**	530	94	**-82.3%**
■ **Réseaux Sociaux**		3 139	**-**
■ **Total**	**397 345**	**408 152**	**+2.7%**

ORIGINE DES VISITEURS

■ Les visiteurs français, en hausse de près de 4%, représentent 68% des visites, soit 1 point de plus qu'en 2013.

Les visites d'origines étrangères, en baisse de -1% par rapport à 2013, se répartissent comme suit:



L'Œnotourisme et la gastronomie

Destination Dijon-Côte de Nuits

Ou le mariage du Patrimoine, du Vignoble et de la Gastronomie

■ Véritable filière d'excellence sur notre destination, l'œnotourisme constitue un enjeu majeur pour notre développement touristique et un vecteur d'attractivité important. Dijon, porte d'entrée du plus prestigieux vignoble de Bourgogne, véritable « Champs Elysées de la Bourgogne », est plus que jamais une capitale œnotouristique.

C'est pourquoi, l'Office de Tourisme de Dijon mène depuis plusieurs années une démarche de développement et de promotion de l'offre touristique vitivinicole sur la destination **Dijon - Côte de Nuits**, conjointement avec les offices de Marsannay-la-Côte, du Canton de Gevrey-Chambertin et du Pays de Nuits-Saint-Georges.

L'offre proposée alors aux visiteurs (Pass Dijon - Côte de Nuits, circuits dans le vignoble, lieux de dégustation …) est largement tournée vers la découverte du monde viticole et se marie parfaitement au tourisme urbain, patrimonial, culturel et gastronomique, si caractéristique de la cité des Ducs.

Dans la continuité de cette démarche, la destination **Dijon-Côte de Nuits** a été labellisée **Vignobles & Découvertes** en 2010, l'un des 10 premiers territoires labellisés en France et s'est vue renouvelée en 2014 !

Le label **Vignobles & Découvertes** consiste à marier secteur viticole et tourisme en permettant la reconnaissance de l'œnotourisme. Ce label ne se réduit pas au secteur du vin ou du tourisme mais relie les deux mondes proposant ainsi une offre touristique globale à travers une meilleure transparence et clarté.

Il est à noter que 50 destinations sont labellisées Vignobles & Découvertes en France dont 6 en Bourgogne (Dijon-Côte de Nuits et Beaune, de Corton en Montrachet pour la Côte d'Or).

A ce jour Dijon-Côte de Nuits compte environ 130 prestataires - prestations (activités, caves, évènements, hébergements, Offices de Tourisme, sites patrimoniaux, réceptifs et restaurants).

L'objectif principal du label **Vignobles & Découvertes** est d'améliorer la lisibilité des destinations françaises viticoles afin de toucher de nouvelles clientèles mais également de conforter les clientèles déjà amoureuses de notre territoire. Visibilité, lisibilité et clarté sont les « maîtres mots » de ce label qui vient conforter et renforcer notre stratégie basée sur le développement de produits touristiques tels que le Pass Dijon-Côte de Nuits et la mise en place d'une centrale de disponibilités et de réservations.

Par ailleurs, cette labellisation accompagne naturellement et de manière pertinente l'inscription actuelle des « Climats du vignoble de Bourgogne » au patrimoine mondial de l'UNESCO et conforte la position de Dijon, future Citée Internationale de la Gastronomie.

Pour de plus amples informations : www.vignobles-dijon-cote-de-nuits.com

PLAN D'ACTIONS 2014 - 2016 :

■ Fort des actions entreprises depuis la labellisation **Vignobles & Découvertes** de la destination Dijon-Côte de Nuits en 2010 et son renouvellement en 2014 et afin de continuer à renforcer cette dynamique de réseau entre les différents prestataires labellisés, l'Office de Tourisme de Dijon, en accord avec les offices de tourisme de Marsannay-la-Côte, du Canton de Gevrey-Chambertin, du Pays de Nuits-Saint-Georges, du BIVB et de Bourgogne Tourisme, souhaite poursuivre dans cette même optique en se rapprochant notamment de l'autre destination Côte d'Orienne labellisée Beaune, de Corton en Montrachet.

Animation du réseau

- Réunions des labellisés « **Vignobles & Découvertes** » pour la sensibilisation des acteurs concernés
- Organisation de conférences de presse pour accueillir les nouveaux prestataires labellisés avec remise des plaques et/ou pour communiquer sur le renouvellement de la marque
- Réunions régulières des 4 offices de tourisme de « Dijon – Côte de Nuits » sur diverses thématiques (label « **Vignobles & Découvertes** », Pass Dijon – Côte de Nuits …)
- Coordination du comité de pilotage du label Vignobles & Découvertes pour Dijon-Côte de Nuits : plan d'actions, candidatures…
- Dépôt de nouvelles candidatures de partenaires souhaitant intégrer ce réseau
- Suivi et soutien au projet de classement des Climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'Unesco

Formation du réseau

- Sessions de formation à la connaissance des vins de Bourgogne par le BIVB et l'Ecole des Vins de Bourgogne. Présentation du tourisme viticole en Bourgogne, de la vigne et des méthodes culturales, des spécificités des vins de la Côte de Nuits et de la Côte de Beaune, du label « **Vignobles & Découvertes** »…
- Organisation d'Eductours à destination des hôteliers, restaurateurs et de l'ensemble des prestataires Dijon-Côte de Nuits (visites de sites labellisés)
- Participation à une réunion d'information sur les normes d'accessibilité à destination de l'ensemble des labellisés **Vignobles & Découvertes**
- Formation aux incontournables touristiques de la destination Dijon

Promotion et Communication

« Dijon - Côte de Nuits » doit renforcer sa notoriété afin de conforter sa lisibilité touristique et attirer toujours en plus grand nombre des visiteurs du monde entier.

- Promotion Touristique (Eductours, Salons/Workshops (ex : Destination Vignobles, Rendez-vous des Vins de France à Zurich), actions du Cluster Oenotourisme et du Cluster Tourisme en Ville d'Atout France, Pass Dijon-Côte de Nuits, …)
- Communication web (site : www.vignobles-dijon-cote-de-nuits.com, sites de l'ensemble des partenaires et site www.rendezvousenfrance.com …)
- Outils de Communication (éditions, développement du portail web dédié aux labellisés …)
- Communication Presse (Accueils de Presse, insertions publicitaires, communiqué de presse, reportages …)
- Accueil du congrès des Offices de tourisme de France les 24, 25 et 26/09/2015 - thème œnotourisme et gastronomie

Actions réalisées en 2014 :

Février 2014

■ Dépôt de nouvelles candidatures auprès d'Atout France (20 candidatures au total réparties comme suit : 3 caves, 12 hébergements, 2 restaurants, 1 réceptif et 2 activités).

Mars et avril 2014

■ Différentes réunions entre les OT de Dijon et de la Côte de Nuits, les partenaires du label au niveau du comité de pilotage de Dijon-Côte de Nuits et au niveau régional.

13 mai 2014

■ Présence OT Dijon aux RDV techniques Atout France sur le thème « Tourisme et Vin : réussir la mise en marché ».

20 mai 2014

■ Participation OT Dijon à formation « Connectez-vous » organisée par Côte d'Or Tourisme à destination des labellisés Vignobles & Découvertes.

Mai 2014

■ Eductour Oenotourisme organisé par l'OT de Gevrey-Chambertin pour les labellisés du territoire.

30 mai 2014

■ Visite Guidée Dijon et le vin dans le cadre de la Semaine des Climats.

Juin 2014

■ Réponse positive renouvellement label **Vignobles & Découvertes** destination Dijon-Côte de Nuits (dossier déposé en juin 2013) - Attribution valable pour 3 ans.

Septembre 2014

■ Dépôt de 7 nouvelles candidatures (1 domaine, 2 hébergements, 1 réceptif, 1 activité, 1 office de tourisme et 1 évènement).

21 novembre 2014

■ Organisation formation oenotourisme au Domaine Amiot à Morey St Denis. Formation dispensée par l'Ecole des Vins de Bourgogne. En collaboration avec le BIVB, l'OT du Canton de Gevrey et les OT de la Côte de Nuits - « Les Climats de Bourgogne, de leurs origines à leurs expressions ». Intervention de l'Association des Climats du Vignoble de Bourgogne.

04 décembre 2014

■ Participation OT Dijon aux Rencontres Œnotourisme Bourgogne à Auxerre

Valorisation du Patrimoine

Stratégie de valorisation patrimoniale

La récente rénovation du Musée des Beaux-arts, la piétonisation du centre ville, l'installation d'œuvres d'Art contemporaines rue de la Liberté, et plus généralement la politique d'embellissement du centre historique sont autant d'actions qui contribuent à l'attractivité touristique de notre ville.

La ville de Dijon compte 8 musées pour la plupart gratuits !
Musée des Beaux-arts, Musée Archéologique, Musée d'Art Sacré, Jardins des Sciences, Musée Rude, Musée de la Vie Bourguignonne, Musée Magnin et le Consortium.

La valorisation du Patrimoine est l'une des missions de l'Office de Tourisme aux côtés de l'Animatrice du Patrimoine de la Ville de Dijon.

L'offre culturelle et muséale est présentée aux visiteurs via nos supports de promotion, dans nos points d'accueils et également au travers des visites guidées organisées par l'Office de Tourisme.

Un dispositif d'accueil est également destiné aux nouveaux habitants ainsi qu'aux nouveaux salariés :

- **Une visite guidée à bord d'un bus Divia est proposée aux nouveaux résidents, ainsi que des démonstrations de Segways à l'occasion de la journée des nouveaux arrivants**
- **Des pass découvertes de la ville sont remis aux nouveaux arrivants dans le cadre d'Instalisy en partenariat avec le Grand Dijon**

VISITES GUIDEES

■ Toujours soucieux de valoriser l'important patrimoine de la cité des Ducs, l'Office de Tourisme de Dijon met en place chaque année un large programme de visites guidées.

2014 a été un bon millésime pour les visites guidées : **34 878** personnes (10% de plus qu'en 2013) ont suivi une visite guidée, **25 519** visiteurs en groupes et **9 359** individuels. Le chiffre d'affaires des visites guidées a ainsi progressé de + 10%.

Comparaison visiteurs et chiffre d'affaires 2013/2014

Chiffre d'affaires HT	2013	2014
■ Total	189 410	209 143
Nombre de visiteurs	**2013**	**2014**
■ Total	31 066	34 878

VISITES GUIDÉES GROUPES

■ Avec **25 519** personnes guidées en 2014, les groupes représentent à eux seuls **73%** des visites guidées de l'Office de Tourisme de Dijon.

Les groupes français continuent leur progression en 2014 avec augmentation de 8%, représentant ainsi **14 150** personnes, soit **55%** de la clientèle Groupes.

Les groupes étrangers, quant à eux, présentent une hausse de 19% (11 369 personnes) par rapport à 2013, ils représentent **45%** de la clientèle Groupes. 2014 se caractérise principalement par la belle progression des allemands, italiens, belges et luxembourgeois.

Top 5 des nationalités : Allemagne + 14%, Japon + 27%, Italie +20%, Suisse - 17%, Belgique/Luxembourg + 102%.

VISITES GUIDÉES INDIVIDUELS

■ En 2014, **9 359** personnes ont suivi **682** prestations programmées, soit une moyenne de 14 visiteurs par visite.

L'augmentation en 2014 des visiteurs individuels (+ 11%) vient récompenser le travail de simplification et d'optimisation des supports de promotion et de la procédure de vente des visites guidées.

En 2014, nos touristes avaient le choix parmi **15** visites guidées différentes proposées par l'Office de Tourisme de Dijon ! Des essentielles *(Dijon Découverte, Saveurs et Piquant, le Puits de Moïse, le Palais des Etats)* aux thématiques pour approfondir *(Les Hôtels Particuliers, Saveurs et piquant, Palais médiéval…)*, ces visites permettent aux touristes de découvrir les différentes facettes de l'ancienne capitale des ducs de Bourgogne.

L'Evénementiel

■ L'Office de Tourisme de Dijon contribue à l'évènementiel dijonnais en organisant 4 manifestations en 2014 :

GARÇON LA NOTE !

■ Fort du succès rencontré lors des quatre premières éditions de **Garçon la Note !** à Dijon, l'Office de Tourisme a décidé de reconduire cette opération en 2014.
Les concerts programmés dans différents établissements l'été dernier ont rencontré l'enthousiasme du public, touristes comme dijonnais, la pleine satisfaction des professionnels et une résonance médiatique importante.
Le principe du festival reste le même qu'en 2013 : une bonne trentaine de concerts sont programmés de 19h30 à 22h, les soirs de semaine en juillet et août, en terrasse de restaurants et cafés. Cette opération est toujours organisée en collaboration étroite et privilégiée avec l'UMIH Côte d'Or. L'objectif est d'animer le centre ville en soirée grâce à ces concerts gratuits.
La programmation musicale a été en partie renouvelée et les styles de musique sont toujours aussi variés : du jazz au rock en passant par la chanson française.
Rendez-vous en Juillet et en Août pour **Garçon la Note 2015 !**, la suite …..

LE FANTASCTIC PICNIC

■ Cette opération est initiée dans le cadre de la Fête de la Gastronomie Française avec Bourgogne Tourisme. En 2014 une visite guidée sur le thème « Dijon et la Moutarde » a été organisé par l'Office de Tourisme de Dijon au départ de la rue des Forges. Après la découverte du centre ville, les visiteurs avaient rendez-vous au Musée de la Vie Bourguignonne avec la «Confrérie de la Moutarde de Dijon» en costume d'époque, pour être initié à des activités en lien avec le célèbre condiment : fabrication de moutarde grâce à des outils traditionnels et dégustation « à l'aveugle » de différentes saveurs.
En fin de parcours, l'Office de Tourisme de Dijon a offert aux visiteurs un verre de Kir accompagné de gougères dans le Jardin des Apothicaires.

LE SHOW GOURMAND

■ Fête de la Gastronomie toujours, mais à l'initiative des Restaurateurs de France cette fois ! Le **Show Gourmand** porte bien son nom : une soirée de dégustation s'est tenue le 24 septembre 2014 dans les Jardins de l'Arquebuse. Près de 1000 personnes ont pu apprécier autour d'un cocktail dinatoire, les talents culinaires de nos chefs accompagnés de quelques vignerons. L'Office de Tourisme de Dijon a assuré la billetterie de cet évènement, ainsi qu'un relai d'informations.

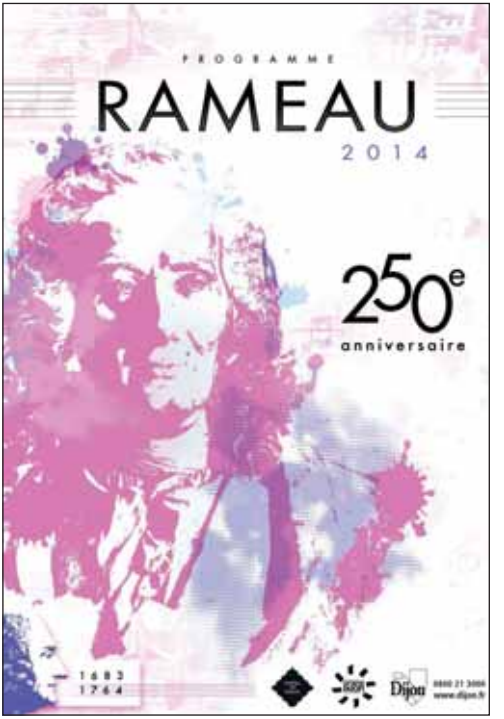
« SUR LES PAS DE JEAN-PHILIPPE RAMEAU »

■ En 2014, Dijon, ville natale de Jean-Philippe Rameau a commémoré les 250 ans du décès du compositeur.

L'Office de Tourisme de Dijon a participé à la célébration de l'année Rameau en mettant en place une visite guidée spécifique intitulée « Sur les pas de Jean-Philippe Rameau ». Les visites se sont déroulées les vendredis 4 juillet, 1er août, 5 septembre et le samedi 4 octobre 2014.

Cette visite thématique inédite a permis aux dijonnais et aux touristes de redécouvrir la ville natale du compositeur telle qu'elle était au XVIIIème siècle et de consulter des documents exposés à la bibliothèque municipale collège des Godrans.

Grace à un partenariat mis en place avec l'Opéra de Dijon, les participants à la visite du 4 octobre 2014 ont bénéficié d'une remise de 15% sur le prix du billet pour assister à l'opéra "Castor & Pollux" le soir même.



Activité Commerciale

■ L'activité commerciale de l'Office de Tourisme de Dijon lui permet d'augmenter ses ressources propres : **690 378€** en 2014. Ces recettes représentent plus du tiers du budget global de l'office de tourisme et sont intégralement injectées dans des opérations de promotion et de communication de la destination Dijon - Côte de Nuits. Véritable cercle vertueux, la commercialisation de l'Office de Tourisme permet de renforcer la lisibilité de Dijon et de conforter notre rayonnement en France mais également à l'international.

A l'identique des exercices précédents les prestations vendues à l'Office de Tourisme couvrent plusieurs secteurs d'activités : hébergement, visites guidées, circuits dans le vignoble, balades en Segway, Pass Dijon-Côte de Nuits, City Card, atelier dégustation, sites touristiques…

Les produits commercialisés par l'Office :

- Visites Guidées : 209 143€
- Boutique : 145 045 €
- Billetterie (Tour Philippe le Bon, Puits de Moïse, Segways, Pass, …) : 93 926€
- Circuits dans le vignoble : 72 354€
- Réceptif : 77 184€
- Réservations hôtelières : 11 364 €
- Guides touristiques : 45 645 €
- Divers : 35 717€

La vente de prestations touristiques se fait soit en direct dans nos points d'accueil, soit via notre Centrale de Réservation on line : **www.visitdijon.com**

■ Autorisé à commercialiser depuis 1997, l'Office de Tourisme de Dijon est immatriculé au registre des Opérateurs de Voyages d'Atout France.
Cette immatriculation est le gage et la reconnaissance d'une expérience reconnue dans le tourisme, d'une garantie financière en faveur du touriste et d'une couverture en assurance répondant à son activité. Numéro d'Immatriculation : IM 0211 00001

LA BOUTIQUE

■ L'Office de Tourisme de Dijon a continué en 2014 à développer sa boutique tant au niveau des produits que des prestations.

De nouveaux produits sont venus encore enrichir la ligne des produits déjà déclinés autour de l'emblématique Chouette.

Enfin, forte de ces 100 ruches disséminées dans Dijon (domaine du Cras, coteaux des Valendons, jardin des sciences, toit de l'Auditorium...) l'office de tourisme distribue ce précieux nectar dans ces trois points d'accueil. Le succès de ces pots de miel de 125 et 500 grammes, ne s'est pas fait attendre.

Enfin, au Puits de Moïse, le succès de ces livres et guides n'a pas été démenti en 2014.

En 2014, **33 136** actes d'achat ont été enregistrés dans nos trois bureaux d'accueil, 53% d'entre eux ont été réalisés à l'accueil Forges, le panier moyen étant de 9.89 €.

ACTIVITES TOURISTIQUES / BILLETTERIE

- **Circuits dans le vignoble**
  Nos visiteurs sont souvent impatients de partir à la découverte des vignobles bourguignons. L'oenotourisme constitue en effet l'un des piliers de notre destination aux côtés du Patrimoine. L'Office propose aux touristes des circuits de découverte du vignoble de la Côte de Nuits tous les jours au départ de Dijon. Les amateurs de vin peuvent à cette occasion apprendre nos méthodes de productions viticoles, rencontrer un Vigneron et déguster des vins de Bourgogne. Ces prestations rencontrent un grand succès !
  En 2014, **1 889** personnes ont suivi l'un de ces circuits.

- **1 091** (-14%) personnes sont parties à la découverte de notre destination avec un Pass Dijon – Côte de Nuits (91% de Pass Français, 7% de Pass Anglais et 2% de Pass Allemand). La baisse du nombre de pass vendus est essentiellement expliquée par le report des clientèles sur la Dijon City Card, qui connait depuis son lancement un franc succès.
- **1 139 (+52%)** personnes ont découvert la Cité des Ducs grâce à la Dijon City Card (84% de City Card en Français, 12% de City Card en Anglais et 4% de City Card en Allemand).
- **1829** personnes se sont essayées au Segway, moyen original de découvrir Dijon. Plus de la moitié des tours Segway ont été vendus via la Dijon City Card.

LE RECEPTIF

■ L'activité réceptive de l'Office de Tourisme de Dijon connaît elle aussi un développement significatif depuis la création du service « Réceptif & Promotion » en 2010.

Les packages groupes types proposés par l'Office de Tourisme sur les thèmes du patrimoine, du vin, de la gastronomie sont des produits d'appel aux clients. Ces derniers se rapprochent directement du service Réceptif pour un circuit sur mesure. La connaissance du territoire et le professionnalisme de l'Office rassurent le client. Les circuits que nous commercialisons concernent principalement Dijon et le vignoble.

Depuis 2011, les demandes de réceptif sont en constante progression, le chiffre d'affaires a été multiplié par 3 entre 2011 et 2014 avec un nombre de clients passant de 137 en 2011 à 1246 en 2014. Les groupes viennent principalement de la région parisienne et de Côte d'Or, départements limitrophes (Franche Comté, Alsace, Lorraine) et quelques demandes d'étrangers (Suisses, Etats Unis).
Nos principaux clients sont des associations et des sociétés, mais nous constatons une progression de demande pour les congrès (programme accompagnants).

De plus l'Office de Tourisme de Dijon développe son activité réceptive. Le chiffre d'affaires du réceptif s'élève à 77 000 € représentant une augmentation de 30% en comparaison avec l'année précédente.

LES RESERVATIONS HOTELIERES

■ L'Office de Tourisme de Dijon, via sa centrale de commercialisation, permet aux visiteurs de réserver leurs séjours à Dijon « clé en main » et « on line ».

En 2014, la Centrale de Disponibilités et de Réservations Hôtelières compte 63 adhérents :

- 54 « hébergements »
- 9 partenaires « prestations sèches » : circuits dans le vignoble entre autres

Répartition des hébergements partenaires par zone géographique - 2014

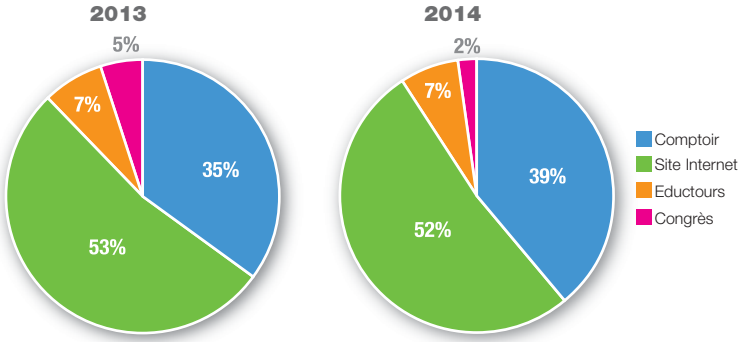
Zones	Nombre d'établissements	%
■ Dijon	42	78
■ Grand Dijon	5	9
■ Dijon-Côte de Nuits	7	13

■ Les établissements hôteliers adhérents à notre centrale représentent **79%** du parc hôtelier dijonnais (soit **81%** des chambres) et **49%** du parc hôtelier Dijon-Grand Dijon-Côte de Nuits (soit **48%** des chambres).

En 2014 :

- 1 090 réservations hôtelières ont été effectuées
  dont 79 réalisées dans le cadre d'Eductours et 20 dans le cadre de Congrès
- 1 604 nuitées ont été réservées
- 132 500 € de chiffre d'affaires total généré chez les hôteliers

Répartition par mode de réservation



■ Les réservations hôtelières, via la Centrale de Disponibilités et de Réservations Hôtelières, ont connu une année difficile en 2014 avec une baisse de -28% par rapport à l'exercice précédent. Les changements de comportements touristiques en sont la principale raison : nos visiteurs, pour beaucoup équipés de Smartphones ont déjà réservé leur hébergement avant d'arriver sur Dijon. Malgré cette baisse, l'Office de Tourisme de Dijon se doit de maintenir cette prestation pour les réservations de toute dernière minute, pour satisfaire notre clientèle.

Bien qu'en baisse en 2014, les réservations via le Site Internet de l'Office de Tourisme de Dijon représentent 52% des réservations effectuées. Les réservations au comptoir ne sont plus majoritaires, c'est dire combien, aujourd'hui, Internet est devenu l'outil incontournable dans l'élaboration d'un voyage.

L'hôtellerie

(source INSEE et DELOITTE)

■ 2014 est une année mitigée pour l'ensemble de l'hôtellerie française, pénalisée par une conjoncture économique morose. Le relèvement de la TVA (de 7% à 10%) a accentué les difficultés pour l'hôtellerie Economique et Super-économique.

La destination Dijon - Côte de Nuits a subi elle aussi cette conjoncture difficile et malgré une augmentation des séjours et nuitées le Taux d'Occupation moyen est en baisse (63,8%), toutes catégories d'établissements confondues, inférieur à la moyenne nationale (66%).

Capacité Hôtelière

	Hôtels	Chambres
■ Dijon	43	2 285
■ Grand Dijon	68	3 605
■ Dijon-Côte de Nuits	98	4 322

Nombre de chambres par catégories d'établissement et par zones

2014	Total		NC		1*		2**		3***		4****		5*****	
	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres	Hôtels	Chambres
■ Dijon	43	2285	8	335	2	151	12	415	15	948	5	368	1	68
■ Grand Dijon	68	3605	14	703	5	332	15	588	27	1426	6	488	1	68
■ Côte de nuits	30	717	11	163	0	0	1	64	12	333	5	109	1	48
■ Total	98	4322	25	866	5	332	16	652	39	1759	12	597	2	116

■ Toutes les catégories ; Grand Luxe/Haut de gamme, Milieu de gamme, Economique et Super-économique enregistrent une baisse de leur Taux d'Occupation par rapport à 2013. Le Taux moyen d'occupation enregistré pour l'hôtellerie Economique est de 70,2% (- 3,5%) et pour l'hôtellerie Super-Economique 66,8% (– 8%).

Données INSEE :

Dans un contexte d'économie de moyens, l'INSEE a entamé récemment une réingénierie du processus de production de ses enquêtes touristiques dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air. Ce processus a conduit l'INSEE à réexaminer de nombreux points de cette enquête menée en partenariat avec Bourgogne Tourisme. Outre la réduction de l'échantillon, le travail mené par l'INSEE a eu pour conséquence de réduire le nombre de zonages de diffusion, jusqu'ici indéfini.
Pour pallier l'absence de ces résultats qui permettent d'orienter les stratégies de promotion et de réaliser des actions adaptées aux clientèles, l'Office de Tourisme de Dijon, en collaboration avec Bourgogne Tourisme, a souhaité que soit poursuivie la transmission des résultats sur les zonages « Ville de Dijon » et « Extension Dijon ».

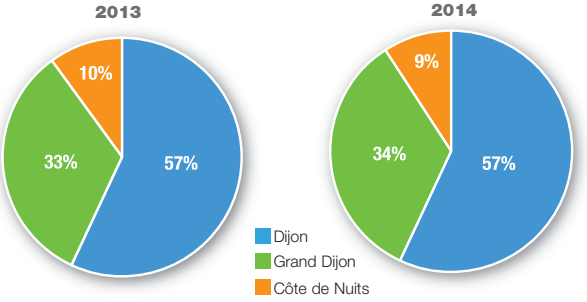
FRÉQUENTATION DIJON - CÔTE DE NUITS

Arrivées :	**980 074 (+ 5%)**
Nuitées :	**1 341 763 (+ 2%)**
Durée Moyenne de Séjour :	**1,37**

2014 présente une progression des nuitées, comme des arrivées, sur la destination Dijon – Côte de Nuits, avec un Taux d'Occupation de 63,8%, en baisse (- 1,7 point) par rapport à l'année dernière.
Sur Dijon et le Grand Dijon, le Taux d'occupation présente lui aussi une baisse (respectivement - 2 points et - 1,7 points).

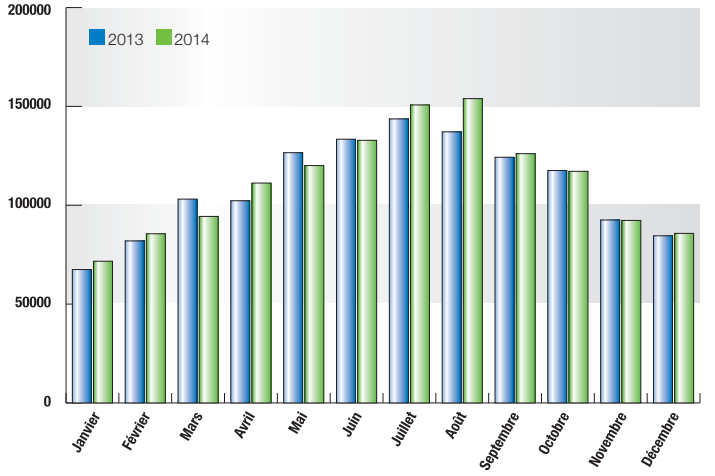
Le pourcentage de la clientèle d'Affaires présente une diminution (- 4 points) par rapport à 2013. Il représente **49.7%** des nuitées contre **50,3%** pour le segment Loisirs.

Répartition des nuitées Dijon-Côte de Nuits



Sur la zone Dijon – Côte de Nuits, les nuitées du Grand Dijon sont très importantes : **90%**. Le poids des nuitées de la destination Dijon-Côte de Nuits demeure important cette année encore sur le département et la région. Elles représentent à elles seules **27%** des nuitées bourguignonnes et **57%** des nuitées côte d'oriennes.

Evolution des nuitées Dijon-Côte de Nuits 2013/2014



■ Si le nombre des nuitées a globalement augmenté en 2014 sur la destination (+ 2%), ce phénomène est dû à la belle hausse des nuitées étrangères, + 26 % en moyenne, enregistrée cette année.

Une clientèle qui représente près de 39% de la clientèle globale, en hausse de 8 points par rapport à l'année dernière.

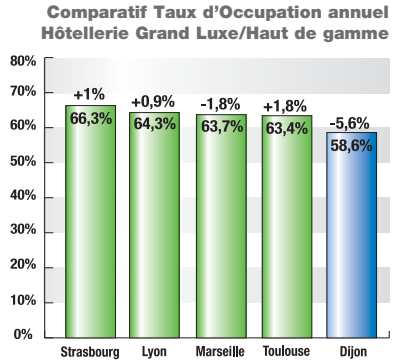
Les nuitées françaises sont en revanche globalement en baisse en 2014 sur la destination Dijon – Côte de Nuits, -9% en moyenne. Elles représentent 61% de la clientèle.

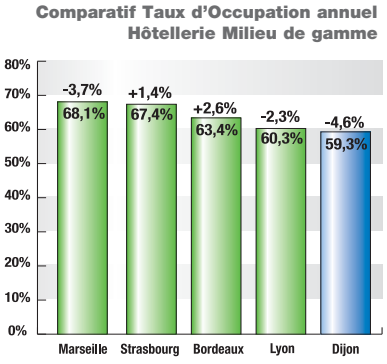
La première nationalité présente sur Dijon et la Côte de Nuits, en termes de nuitées, est l'Asie/Océanie, qui enregistre une très belle augmentation en 2014 (+ 78%). A noter la progression des nuitées chinoises (+ 141%), représentant ainsi 75 % des nuitées asiatiques et océaniennes et 20% des nuitées étrangères.

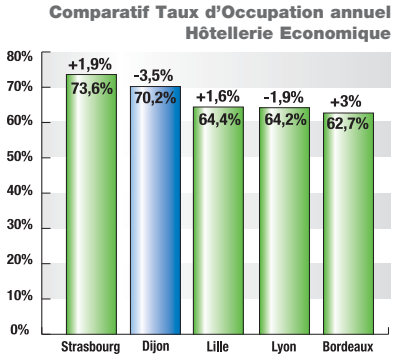
Le Top 5 des nationalités sur la destination se complète par les Britanniques (+ 3%), les Belges (+ 17 %), les Allemands (+ 23%) et les Néerlandais (+ 18%).

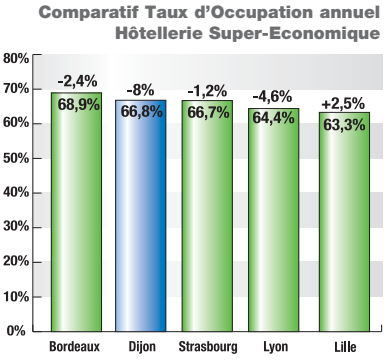
Comparatif Taux d'Occupation Dijon/Grandes Villes de France 2013 - 2014 (Source Deloitte)

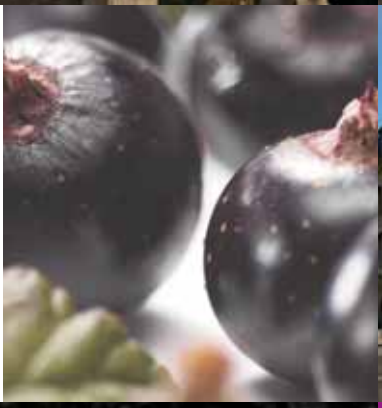
■ La destination dijonnaise est bien positionnée comparativement aux autres grandes villes françaises pour l'hôtellerie Super-économique et Economique, en matière d'occupation.
Pour la catégorie Haut de gamme et Milieu de gamme, le taux d'occupation est en baisse, mais Dijon conserve un taux d'occupation proche de grandes capitales touristiques telles que Strasbourg, Toulouse, Bordeaux ou encore Lyon. Le taux d'occupation pour la catégorie Grand luxe Haut de gamme est également en baisse et se situe en bas du classement en comparaison avec l'année précédente.
Enfin, Dijon présente globalement une baisse en 2014, en matière de RMC (Recette Moyenne par Chambre), et de RevPAR (Revenu moyen par chambre disponible).











DIJON
OFFICE DE TOURISME

www.visitdijon.com

Les Grands Projets 2015

30e Congrès National des Offices de Tourisme de France et Syndicats d'Initiative

■ L'Office de Tourisme de Dijon organise le 30e Congrès National des Offices de Tourisme de France et Syndicats d'Initiative les 24, 25 et 26 septembre 2015 à Dijon.

Les travaux se dérouleront au Palais des Congrès de Dijon.

Plus de 700 participants sont attendus : congressistes représentant le réseau des 2 500 Offices de Tourisme en France (élus, administrateurs, dirigeants, salariés, bénévoles du réseau national) et exposants du secteur seront présents à Dijon pour des échanges et débats sur le tourisme et les enjeux de notre filière.

Les retombées économiques liées à cet évènement sont considérables : nuits d'hôtel, restauration, dîner de gala, location de véhicules, …

Ce congrès se tient tous les 2 ans dans une ville différente. Chaque congrès s'articule autour d'un thème. Le choix de Dijon fin 2015 repose sur une proposition originale de l'Office de Tourisme de Dijon : Œnotourisme & Gastronomie.

Délégation de la Fédération Nationale à Dijon - mars 2015

Ce thème inédit a séduit notre Fédération nationale. C'est une formidable opportunité de présenter le nouveau visage de Dijon à l'ensemble des professionnels du Tourisme présents. Le choix de ce thème permettra enfin de renforcer la position prédominante de Dijon dans le secteur du Tourisme et du Vin, peu avant l'inauguration de la Cité Internationale de la Gastronomie, et au cœur de la candidature des Climats à l'UNESCO.

Application du Parcours de la Chouette

■ L'application du parcours de la Chouette est officiellement lancée pour la saison 2015 ! Les amoureux de notre mascotte et du parcours éponyme pourront ainsi se régaler en suivant, à leur rythme, leur smartphone. Sur iOS et Androïd, l'application est téléchargeable au petit prix de 2,99€.

Une campagne de nouveaux visuels a été lancée pour rendre plus actuel notre parcours : selfie avec l'ours Pompon ou encore Place Darcy comme vous ne l'avez jamais vue... Rendez vous sur notre application pour découvrir ou re-découvrir les trésors de notre cité des Ducs !

Développement de la gamme boutique

■ Notre chouette fétiche se décline en 2015 en peluche en vente à la boutique de l'Office de Tourisme. Le doudou séduira sans aucun doute les grands et petits et restera pour longtemps un doux souvenir de Dijon.

Garçon la Note ! 2015

■ Fort du succès rencontré lors des cinq premières éditions de Garçon la Note ! à Dijon, l'Office de Tourisme a décidé de reconduire cette opération en 2015.

Les concerts programmés dans différents établissements l'été dernier ont rencontré l'enthousiasme du public, touristes comme dijonnais, la pleine satisfaction des professionnels et une résonance médiatique importante. Le principe du festival reste le même pour 2015 : une bonne trentaine de concerts seront programmés de 19h30 à 22h, les soirs de semaine en juillet et août, en terrasse de restaurants et cafés. Cette opération est toujours organisée en collaboration étroite et privilégiée avec l'UMIH Côte d'Or. L'objectif est d'animer le centre ville en soirée grâce à ces concerts gratuits.

La programmation musicale sera en partie renouvelée et les styles de musique toujours aussi variés : du jazz au rock en passant par la chanson française.

Rendez-vous en Juillet et en Août pour Garçon la Note !, la suite …..

Journée de la Gastronomie septembre 2015

Le Fantastic Picnic

■ Cette opération est initiée dans le cadre de la Fête de la Gastronomie Française avec Bourgogne Tourisme. En 2015, l'Office de Tourisme de Dijon s'associera à nouveau à cet évènement où découverte, gastronomie et convivialité sont les maîtres-mots !

Créativité et Audace le thème 2015, à découvrir entre le 25 et 27 septembre !

Finances

résultat 2014 **+ 444 €**

Subventions de fonctionnement

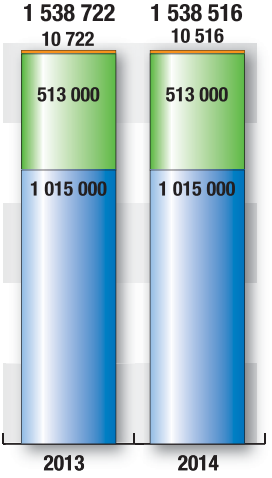
- Commune 1 015 000
- Taxe de séjour 513 000

} 1 528 000

- OT de Pôle 7 396
- Département 3 120

1 538 516

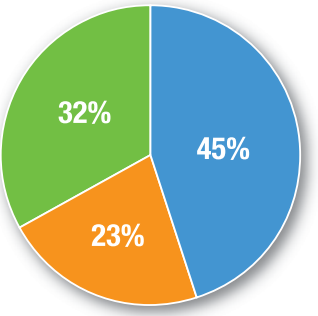
Evolution des subventions



Subventions de fonctionnement
y compris affectation taxe de séjour

- Taxe séjour
- Commune
- Autre (OT de Pôle + Département)

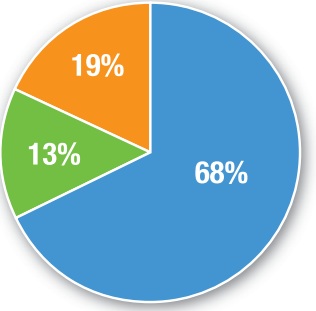
Produits



Total : 2 261 348 €

Commune :	1 015 000 €
Taxe de séjour :	513 000 €
Production financière OTD :	733 348 €

Charges

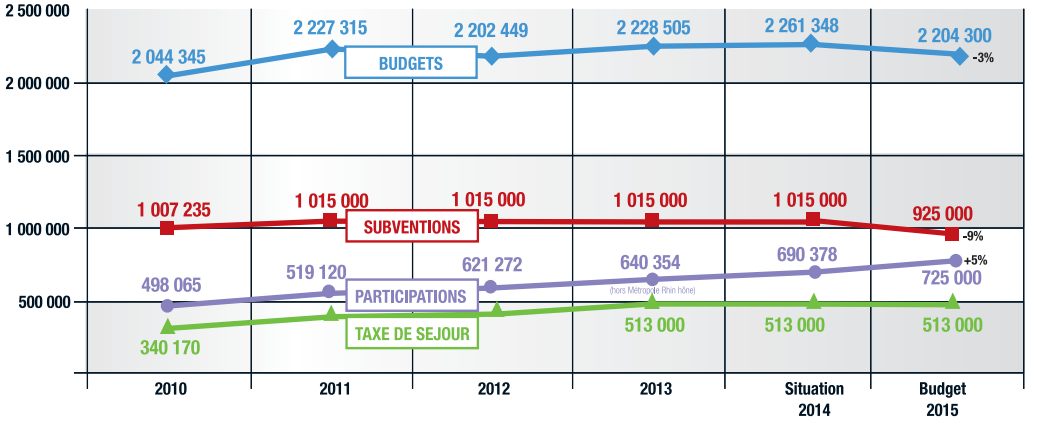


Total : 2 260 904 €

Frais de personnel :	1 541 155 €
Promotion technologies communication et information :	298 697 €
Autres charges :	410 052 €

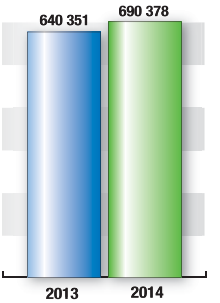
Evolution des principales lignes de produits sur 5 exercices

(Y COMPRIS PRODUITS PUITS DE MOÏSE ET GARÇON LA NOTE !)

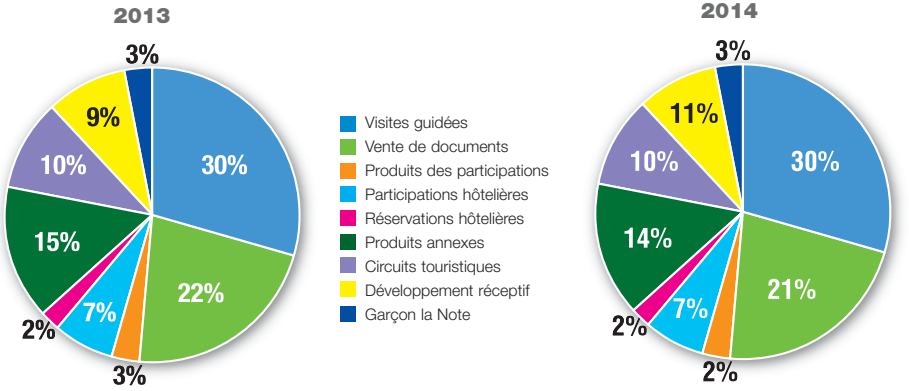


Ventes des produits de l'Office de Tourisme

Visites guidées	209 143 €
Ventes de documents et articles	145 045 €
Réservations hôtelières	11 364 €
Participations hôtelières	45 645 €
Produits des participations	15 300 €
Développement réceptif	77 184 €
Produits annexes	93 926 €
Garçon la Note	20 417 €
Circuits touristiques	72 354 €
690 378 €	



Répartition des produits 2013 et 2014



L'équipe

les permanents

29 salariés au 31/12/14

27,16 ETP en 2014 (hors guides)

Directeur

- Eléonore **LANET**

Directeur Adjoint

- François-Régis **LAVALADE**

Assistante de direction

- Sabrina **FERREIRA-CHERAFT**

Edition Marketing Presse Communication

- Marine **ALLAIS**
- Florence **BUCCIACCHIO**
- Céline **DESARMENIEN**

*Sandrine **CLOPUTRE-DINET***

- Hervé **MELON**
- Catherine **VÉRITÉ**

Informatique

- Yann **GLAUSER**
- Stéphane **POCHARD**

Accueil Information Qualité

- Brigitte **GUIDI**

- Alexandra **BERNIER**
- Karine **BERTIN-GUYON**
- Danièle **BROCHOT**
- Delphine **CUNY**

*Cynthia **MIGNOTTE***

- Magali **MATHIOT**
- Emilie **N'GUYEN**
- Caroline **PASTOR**
- Annabelle **VERJUS**

Puits de Moïse

- Cécile **HOUGUET-FAYARD**
- Corinne **LAPORTE**

Réceptif Promotion CDRH Visites Guidées

- Valérie **OLIVIER**

- Amale **CHAKIR**
- Sandrine **CLOPUTRE-DINET**

*Christine **AMBLARD***

- Emmanuelle **DUMONT**

Administratif Financier et Logistique

- François-Régis **LAVALADE**

*Pierre **BARIAT***

- Anne **BELLISSENS**
- Romain **REMY**
- Eric **THIBOUT**
- Dominique **VINCENT**

les guides

36 guides interprètes
représentant 9 nationalités

- Marion **ADAM**.....F-GB
- Loudmila **AHOSSI**.....R
- Marie-Christine **ARLAUD**.....F-P-I
- Nicole **BARBIER**.....F-D
- Béatrice **BEUCHET**.....F-GB
- Sylvain **BIENTZ**.....F-D
- Kelly **BIOUL KAMBORIAN**.....GB
- Agnès **BOTTÉ**.....F
- Jacqueline **BRISSON**.....F-GB
- Carmen **CAUSSANEL**.....F-GB-P-ESP
- Hélène **COCHE**.....F-GB-ESP
- Myriam **D'USSEL**.....F-D-GB
- Luce **DE BONIS**.....F-I
- Dominique **DE BUCY**.....F
- Laurence **FORMET**.....F-GB
- Catherine **FUNKE**.....F-D
- Corinne **GLAIN-FROMONT**.....F-GB
- Li Chin **GRIVEAUD**.....Ch
- Hisako **IIHASHI-GORET**.....J
- Esther **JACQUEMANT**.....F-GB
- Annie **LAMARE**.....F-D
- Françoise **LAVIROTTE**.....F-GB-D
- Véronique **MANGOLD**.....F
- Véronique **MENVIELLE**.....F-GB
- Claude **MORETTO**.....F-I
- Rachel **POULAIN**.....F-D-GB
- Tsuneko **QUINET**.....J
- Frédéric **REMOISSENET**.....F
- Nolwen **ROUSSELET**.....F-GB
- Elisabeth **RICARD**.....F-GB
- Sylvie **ROUGETET**.....F-GB
- Maria **SIMON**.....F- I
- Sherry **THEVENOT**.....GB-F
- Claudia **THIBAUT**.....D-GB
- Camille **THOMAS**.....F-GB
- Guy **TONNELIER**.....F-GB-I

le Conseil d'Administration

VILLE DE DIJON

Didier **Martin** | Nathalie **Koenders** | *(Rempl. Danielle **Juban**)*
Christine **Martin** | Cécile **Chevalier** | *(Rempl. Zladana **Zivkovic**)*

CCI CÔTE-D'OR

Sylvie **Massu du Parc** | *(Rempl. Vanessa **Le Mesnil**)* | Patrick **Jacquier**

TRANSPORT

Jean-Bernard **Boccard** | Pascal **Girardot**
Lise **Dard** | Jérôme **Attou**

COMMERÇANTS

Oliver **Padieu**

CONGRÈS

Yves **Bruneau**

HÉBERGEMENTS RESTAURANTS

Alexis **Billoux** | Stéphane **Derbord** | Sandrine **Descaillot**
Philippe **Gaillard** | Isabelle **Gorecki-Hiltenfink**
Patrick **Jacquier** | Bruno **Massuco** | Daniel **Diogo**
Antoine **Muñoz** | Sophie **Nicolle** | Jérôme **Munier**
Alexander **Krips** | Gilbert **Febvay** | Thierry **Soreau**

OFFICES DE TOURISME DE PÔLE

Simon **Dejean**

PARTICULIERS

Paul **Dard** | Pierre **Dusserre** | René **Fasano** | Elisabeth **Biot** | Marie-Claude **Pascal**

PATRIMOINE

Jean-Pierre **Gillot** | Rémi **Cariel** | Xavier **Douroux** | Bruno **Madelpuech**

TOURISME D'AFFAIRES

Céline **Michon** | Isabelle **Provaux**

le Bureau

Didier **Martin**
Président
Ville de Dijon
Adjoint délégué au
Tourisme, aux Relations
Extérieures et aux Congrès

Stéphane **Derbord**
Vice-Président
Restaurant Stéphane Derbord

René **Fasano**
Vice-Président
Particulier

Patrick **Jacquier**
Vice-Président
CCI Côte-d'Or
Hôtel Ibis Dijon Arquebuse

Céline **Michon**
Secrétaire-Général
Jour J Organisation

Olivier **Padieu**
Secrétaire-Général Adjoint
Shop'in Dijon

Philippe **Gaillard**
Trésorier
Hôtel Campanile Dijon Gare

Jean-Bernard **Boccard**
Trésorier Adjoint
Chambre de métiers

Nathalie **Koenders** *(Rempl. Danielle **Juban**)*
Assesseur
Ville de Dijon

Yves **Bruneau**
Assesseur
Dijon Congrexpo

Christine **Martin**
Assesseur
Ville de Dijon

Gilbert **Febvay**
Assesseur
U.M.I.H Côte-d'Or

Office de Tourisme de Dijon

siège social et point d'accueil
11 & 11ter rue des Forges | B.P 82296 | F-21022 DIJON Cedex
Tél. +33 (0)892 700 558 (0.34 € la mn) | Fax +33 (0)3 80 30 90 02

15 Cour de la Gare
F-21000 Dijon
Tél. +33 (0)892 700 558 (0.34 € la mn) | Fax +33 (0)3 80 42 18 83

Puits de Moïse
1 Boulevard Chanoine Kir (CHS La Chartreuse) | F-21000 Dijon

Mail info@otdijon.com

www.visitdijon.com